ISSN 2520-2294 (print)
ISSN 2709-5444 (online)

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

№ 7(63)/2022

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА». Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA». Series: «Economic sciences»

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

Свідоцтво
про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації
КВ № 22443-12343Р

№ 7(63)

Київ 2022

ББК 65
УДК 33
М-43

Повний бібліографічний опис всіх статей Міжнародного наукового журналу «Інтернаука». Серія: «Економічні науки» представлено в: **Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Наукова періодика України.**

Журнал зареєстровано в міжнародних каталогах наукових видань та наукометричних базах даних: Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Ulrichsweb Global Serials Directory; Google Scholar; Наукова періодика України; Bielefeld Academic Search Engine (BASE); Electronic Journals Library; Open J-Gate; Academic keys; Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

Видання включене до Переліку наукових фахових видань МОН України (категорія «Б»)
Наказ МОН України № 1643 від 28.12.2019
Спеціальності:
051 Економіка
071 Облік і оподаткування
072 Фінанси, банківська справа та страхування
073 Менеджмент
075 Маркетинг
076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
241 Готельно-ресторанна справа
281 Публічне управління та адміністрування
292 Міжнародні економічні відносини

Засновники:
1. Київський кооперативний інститут бізнесу і права.
2. Приватна установа «Науково-дослідний інститут публічного права».
3. Громадська організація «Міжнародна академія освіти і науки».
4. Товариство з обмеженою відповідальністю «Фінансова Рада України».

У журналі опубліковані наукові статті з актуальних проблем економічної науки.

Для наукових працівників, викладачів, студентів економічних спеціальностей, працівників фінансово-кредитних установ та підприємницьких структур й інших зацікавлених осіб.

Матеріали публікуються мовою оригіналу в авторській редакції.

Редакція не завжди поділяє думки і погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

У відповідності із Законом України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей і матеріалів цієї збірки, посилання на авторів та видання є обов'язковими.

© Автори статей, 2022
© Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».
Серія: «Економічні науки», 2022

ISSN 2520-2294 = Internauka. Seriâ: Èkonomičeskie nauki (Kiev)/Meždunarodnyj naučnyj žurnal "Internauka". Seriâ: Èkonomičeskie nauki

Редакція:

Головний редактор: **Камінська Тетяна Григорівна** — доктор економічних наук, професор, в.о. ректора Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Заступник головного редактора: **Коваленко Дмитро Іванович** — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Редакційна колегія:

Бардаш Сергій Володимирович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Безверхий Костянтин Вікторович — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Бєлялов Талят Енверович — доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Гринько Алла Павлівна — доктор економічних наук, професор, декан факультету менеджменту Харківського державного університету харчування та торгівлі (Харків, Україна)

Дмитренко Ірина Миколаївна — доктор економічних наук, доцент, професор Національного центру обліку та аудиту Національної академії статистики, обліку та аудиту (Київ, Україна)

Зось-Кіор Микола Валерійович — доктор економічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри менеджменту і логістики Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка (Полтава, Україна)

Ільїн Валерій Юрійович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку, контролю та оподаткування агробізнесу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (Київ, Україна)

Клочан В'ячеслав Васильович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу Миколаївського національного аграрного університету (Миколаїв, Україна)

Краснорyцький Олексій Олександрович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка (Харків, Україна)

Курило Людмила Ізидорівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія» (Київ, Україна)

Левицька Світлана Олексіївна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і аудиту Національного університету водного господарства та природокористування (Рівне, Україна)

Назаренко Інна Миколаївна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічного контролю та аудиту Сумського національного університету (Суми, Україна)

Олійник-Данн Олена Олександрівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Охріменко Ігор Віталійович — доктор економічних наук, професор, проректор з навчальної та наукової роботи Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Паска Ігор Миколайович — доктор економічних наук, професор, декан економічного факультету Білоцерківського національного аграрного університету (Біла Церква, Україна)

Русіна Юлія Олександрівна — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Скриньковський Руслан Миколайович — кандидат економічних наук, професор, професор кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій Закладу вищої освіти «Львівський університет бізнесу та права» (Львів, Україна)

Сопко Валерія Василівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку та та оподаткування Державного торгівельно-економічного університету (Київ, Україна)

Танклевська Наталія Станіславівна — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та фінансів Херсонського державного аграрного університету (Херсон, Україна)

Тарасенко Ірина Олексіївна — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Токар Володимир Володимирович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Фоміна Олена Володимирівна — доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри обліку та оподаткування Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Ходжаян Аліна Олександрівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин Державного торгівельно-економічного університету (Київ, Україна)

Horska Elena — Dr.h.c.Prof. Dr. Ing Professor Marketing and Management, Dean of the Faculty of Economics and Management of the Slovak University of Agriculture in Nitra (Slovak Republic)

Imamov Khamdilla — PhD, доцент Ташкентського державного економічного університету (Ташкент, Узбекистан)

№ 7 (63) 2022 липень

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».
СЕРІЯ: «ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ»
INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».
SERIES: «ECONOMIC SCIENCES»

ЗМІСТ

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

Андренко Ірина Борисівна
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛІВ В ТЕМАТИЧНИХ ПАРКАХ (ДОСВІД ДІСНЕЙЛЕНДУ ПАРИЖ) 9

Андренко Ірина Борисівна, Краснокутська Юлія Вадимівна, Карюк Андрій Олександрович
ЦИФРОВІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ В ГОТЕЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ 17

ЕКОНОМІКА

Stashenko Juliia, Marchuk Uliana
INTERNATIONAL CORPORATIONS AS AN ELEMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE GLOBAL ECONOMY 27

Ільтьо Тетяна Іванівна
КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ РЕКРЕАЦІЇ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ КАРПАТСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РАЙОНУ 33

Лущик Марія Василівна, Гуцало Діана Іванівна
ГЕОГРАФІЯ КАРНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В АМЕРИЦІ 42

Пітюлич Михайло Михайлович, Керецман Наталія Іванівна, Вереш Єва Степанівна
СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ МОДЕРНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ: ФАКТОР ГІРСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ 52

Скриньковський Руслан Миколайович, Цюх Святослав Ігорович, Процевят Оксана Семенівна, Тиркало Юрій Євгенійович, Горбонос Федір Володимирович
ТЕНДЕНЦІЇ І ПРОБЛЕМИ У СФЕРІ БУДІВНИЦТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ 63

Чалюк Юлія Олексіївна, Довганик Надія Михайлівна
ВПЛИВ ДЕМОГРАФІЧНОГО ФАКТОРУ НА СОЦІАЛЬНО–ЕКОНОМІЧНУ СТАБІЛЬНІСТЬ КИТАЮ 72

Чечетова Наталя Федорівна, Кондратенко Наталія Олегівна, Лелюк Наталія Євгенівна
СРІБНА ЕКОНОМІКА — РЕЗЕРВ ТА ПРОФЕСІЙНА ПІДТРИМКА МАЛОГО БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ 83

МАРКЕТИНГ

Завадська Діана Володимирівна
НАУКОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ АСПЕКТІВ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ 94

Лялюк Алла Миколаївна, Сак Тетяна Василівна, Бортнік Світлана Миколаївна
МАРКЕТИНГОВІ РИЗИКИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ 112

МЕНЕДЖМЕНТ

Карпінський Борис Андрійович, Карпінська Олена Борисівна
ПАРТНЕРСЬКІ ВІДНОСИНИ ЗА ФОРМУВАННЯ SMART-УРБАНІСТИКИ НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВОТВОРЧОГО ПАТРІОТИЗМУ НАЦІЇ 122

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Бездушна Юлія Сергіївна, Білозор Людмила Василівна
ГЕНЕЗА НАУКОВОЇ ДУМКИ ПРО БАГАТСТВО НАРОДІВ ТА МІСЦЕ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В НІЙ 136

Закревська Олена Юріївна
ВІДОБРАЖЕННЯ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ У ПРОГРАМНОМУ ПРОДУКТІ BAS 147

Приймак Наталія Володимирівна
АЛГОРИТМ СКЛАДАННЯ ПОДАТКОВОЇ ДЕКЛАРАЦІЇ ПЛАТНИКА ЄДИНОГО ПОДАТКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 152

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Князь Святослав Володимирович, Скриньковський Руслан Миколайович, Русин-Гриник Роман Романович, Коновалюк Ірина Василівна
ОЦІНЮВАННЯ ТА АНАЛІЗУВАННЯ ЧИННИКІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕС–СТРУКТУР 158

ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Румянцев Анатолій Павлович, Балабанова Галина Петрівна, Ковбич Тетяна Костянтинівна
ГЛОБАЛЬНІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ 171

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Klymenko Maksym
"GREEN" POLICY AND ENVIRONMENTAL TAXATION AS THE INSTRUMENTS TO TACKLE CLIMATE CHANGE 185

Бондарчук Марія Костянтинівна, Ющик Юрій Володимирович
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ І ПАСИВАМИ БАНКУ 198

CONTENTS

HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Andrenko Iryna
FEATURES OF THE FUNCTIONING OF HOTELS IN THEME PARKS (DISNEYLAND PARIS EXPERIENCE)..... 9

Andrenko Iryna, Krasnokutska Iuliia, Kariuk Andrii
DIGITALIZATION OF CUSTOMER SERVICE IN HOTEL ESTABLISHMENTS OF UKRAINE..... 17

ECONOMY

Stashenko Juliia, Marchuk Uliana
NTERNATIONAL CORPORATIONS AS AN ELEMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE GLOBAL ECONOMY 27

Ilto Tetiana
CONCEPTUAL MODEL OF BALANCED DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE SPHERE OF RECREATION AND HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS OF CARPATHIAN ECONOMIC DISTRICT..... 33

Lushchyk Mariya, Hutsalo Diana
GEOGRAPHY OF CARNIVAL TOURISM IN AMERICA 42

Pityulych Mykhailo, Keretsman Nataliya, Veresh Yeva
STRATEGIC GUIDELINES FOR THE MODERNIZATION OF REGIONAL ECONOMY MANAGEMENT: THE FACTOR OF MOUNTAINOUS TERRITORIES 52

Skrynkovskyy Ruslan, Tsyuh Svyatoslav, Protseviat Oksana, Tyrkalo Yuriy, Horbonos Fedir
TRENDS AND PROBLEMS IN THE FIELD OF CONSTRUCTION OF UKRAINE IN THE WAR CONDITIONS..... 63

Chaliuk Yuliia, Dovhanyk Nadiia
THE INFLUENCE OF THE DEMOGRAPHIC FACTOR ON THE SOCIO-ECONOMIC STABILITY OF CHINA..... 72

Chechetova Natalia, Kondratenko Natalia, Lelyuk Natalia
SILVER ECONOMY — RESERVE AND PROFESSIONAL SUPPORT OF SMALL BUSINESSES IN THE REGION..... 83

MARKETING

Zavadska Diana
SCIENTIFIC JUSTIFICATION OF THE CONCEPTUAL ASPECTS OF THE CUSTOMER-ORIENTED APPROACH 94

Lialiuk Alla, Sak Tetiana, Bortnik Svitlana
MARKETING RISKS OF TRADING ENTERPRISES IN THE DIGITAL ECONOMY..... 112

MANAGEMENT

Karpinsky Borys, Karpinska Olena
PARTNERSHIP RELATIONS FOR THE FORMATION OF SMART-URBAN PLANNING ON THE BASIS OF STATE-CREATIVE PATRIOTISM OF NATION 122

ACCOUNTING AND TAXATION

Bezdushna Yuliia, Bilozor Liudmyla
THE GENESIS OF THE SCIENTIFIC OPINION ON THE WEALTH OF NATIONS AND THE PLACE OF ACCOUNTING IN IT..... 136

Zakrevska Olena
DISPLAY OF THE SIMPLIFIED TAXATION SYSTEM IN THE BAS SOFTWARE PRODUCT..... 147

Pryimak Nataliia
THE ALGORITHM FOR COMPILING THE TAX DECLARATION OF THE PAYER OF THE UNIFORM TAX UNDER THE CONDITIONS OF THE STATE OF MARTIAL 152

ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES

Kniaz Sviatoslav, Skrynkovskyy Ruslan, Rusyn-Hrynyk Roman, Konovalyuk Iryna
ASSESSMENT AND ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE FORMATION OF A SYSTEM FOR MONITORING THE ACTIVITIES OF BUSINESS STRUCTURES..... 158

PROBLEMS OF NATIONAL ECONOMY

Rumiantsev Anatolii, Balabanova Galyna, Kovbych Tetiana
GLOBAL AND REGIONAL TRENDS OF THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL MIGRATION OF LABOUR FORCE 171

FINANCE, BANKING AND INSURANCE

Klymenko Maksym
“GREEN” POLICY AND ENVIRONMENTAL TAXATION AS THE INSTRUMENTS TO TACKLE CLIMATE CHANGE..... 185

Bondarchuk Mariia, Yushchyk Yurii
STRATEGIC MANAGEMENT DIRECTIONS ASSETS AND LIABILITIES OF BANK 198

УДК 640.41:338.48

Андренко Ірина Борисівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова
Андренко Ирина Борисовна
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства
Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А.Н. Бекетова
Andrenko Iryna
Candidate of Economic Sciences (PhD), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv
ORCID: 0000-0002-4530-9445

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8144

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛІВ В ТЕМАТИЧНИХ ПАРКАХ (ДОСВІД ДІСНЕЙЛЕНДУ ПАРИЖ)

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСТИНИЦ В ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКАХ (ОПЫТ ДИСНЕЙЛЕНДА ПАРИЖ)

FEATURES OF THE FUNCTIONING OF HOTELS IN THEME PARKS (DISNEYLAND PARIS EXPERIENCE)

Анотація. *У статті досліджено досвід функціонування готелів у тематичному парку. Активний розвиток інфраструктури розваг та тематичних парків зокрема, призвели до необхідності перегляду концепції тематичних парків лише як об'єкту відвідування і спричинили появу так званих тематичних готелів, що мають свої переваги й особливості функціонування.*

Мета статті: узагальнення досвіду функціонування готелів у тематичному парку на прикладі досвіду Діснейленду Париж.

В роботі розглянуто історію створення тематичного парку Діснейленд Париж, та висвітлено історію появи готельної інфраструктури на території тематичного парку. На основі аналізу відкритих джерел інформації досліджено та узагальнену інформацію щодо готельної інфраструктури Діснейленду Париж. Виявлено, що для обслуговування туристів залучена як власна готельна інфраструктура, так і розташована поблизу, що дозволяє забезпечити перебування туристів у закладах різного рівня комфорту від 2 до 5 зірок з відповідним рівнем сервісу та вартості проживання. Проаналізовано та узагальнено інформацію про послуги найбільш комфортабельного готелю тематичного парку Disneyland Hotel 5: розглянуто основні категорії номерів та охарактеризовано типи й особливості клубних номерів Castle Club готелю Disneyland Hotel 5*, з зазначенням площ номерів, основного обладнання, можливої кількості гостей та інших особливостей номеру. Висвітлено послуги для дітей та коротко їх охарактеризовано. Визначено основні переваги розміщення у тематичному готелі.*

Усі отримані результати проведеного дослідження щодо особливостей функціонування готелю у тематичному парку на прикладі Діснейленду Париж проаналізовано, систематизовано, згруповано та узагальнено у вигляді схем, що може використовуватися як у процесі навчання майбутніх фахівців так і для подальших досліджень науковцями. Дослідження досвіду Disneyland Hotel 5 може започаткувати в подальшому створення тематичних готелів в Україні. У подальшому доцільно б було дослідити і порівняти досвід тематичних готелів у різних тематичних парках для залучення і впровадження досвіду в діяльність готелів України.*

Ключові слова: *готельний бізнес, заклади розміщення, тематичний готель, сервіс, поселення, тематичний парк.*

Аннотация. *В статье исследован опыт работы гостиниц в тематическом парке. Активное развитие инфраструктуры развлечений и тематических парков в частности, привели к необходимости пересмотра концепции тематических парков только как объекта посещения и повлекли за собой появление так называемых тематических гостиниц, имеющих свои преимущества и особенности функционирования.*

Цель статьи: обобщение опыта работы гостиниц в тематическом парке на примере опыта Диснейленда Париж.

В работе рассмотрена история создания тематического парка Диснейленд Париж и освещена история появления гостиничной инфраструктуры на территории тематического парка. На основе анализа открытых источников информации исследована и обобщена информация о гостиничной инфраструктуре Диснейленда Париж. Выявлено, что для обслуживания туристов привлечена как собственная гостиничная инфраструктура, так и расположенная поблизости, что позволяет обеспечить пребывание туристов в заведениях разного уровня комфорта от 2 до 5 звезд с соответствующим уровнем сервиса и стоимостью проживания. Проанализирована и обобщена информация об услугах наиболее комфортабельной гостиницы тематического парка Disneyland Hotel 5: рассмотрены основные категории номеров и охарактеризованы типы и особенности клубных номеров Castle Club отеля Disneyland Hotel 5*, с указанием площадей номеров, основного оборудования, возможного количества гостей и других особенностей номера. Освещены услуги для детей и кратко охарактеризованы. Определены основные преимущества размещения в гостинице.*

Все полученные результаты проведенного исследования особенностей функционирования гостиницы в тематическом парке на примере Диснейленда Париж проанализированы, систематизированы, сгруппированы и обобщены в виде схем, которые могут использоваться как в процессе обучения будущих специалистов, так и для дальнейших исследований учеными. Исследование опыта Disneyland Hotel 5 может положить начало в дальнейшем создания тематических отелей в Украине. В дальнейшем целесообразно было бы исследовать и сравнить опыт тематических отелей в различных тематических парках для привлечения и внедрения опыта деятельности гостиниц Украины.*

Ключевые слова: *гостиничный бизнес, размещение, тематический отель, сервис, поселение, тематический парк.*

Summary. *The article examines the experience of hotels in a theme park. The active development of entertainment infrastructure and theme parks, in particular, led to the need to review the concept of theme parks only as an object of visitation and caused the emergence of so-called themed hotels, which have their own advantages and peculiarities of operation.*

The purpose of the article: to generalize the experience of operating hotels in a theme park on the example of the experience of Disneyland Paris.

The paper examines the history of the creation of the theme park Disneyland Paris, and highlights the history of the appearance of hotel infrastructure on the territory of the theme park. Based on the analysis of open sources of information, information on the hotel infrastructure of Disneyland Paris has been researched and summarized. It was found that for the service of tourists, both the own hotel infrastructure and those located nearby are involved, which allows to ensure the stay of tourists in establishments of various comfort levels from 2 to 5 stars with the appropriate level of service and cost of living. The information about the services of the most comfortable hotel of the theme park Disneyland Hotel 5 was analyzed and summarized: the main categories of rooms were considered and the types and features of the Castle Club club rooms of the Disneyland Hotel 5* were characterized, indicating the area of the rooms, the main equipment, the possible number of guests and other features of the room. Services for children are highlighted and briefly described. The main advantages of staying in a themed hotel have been determined.*

All the obtained results of the conducted research on the peculiarities of the functioning of the hotel in the theme park on the example of Disneyland Paris were analyzed, systematized, grouped and summarized in the form of schemes, which can be used both in the process of training future specialists and for further research by scientists. The study of the Disneyland Hotel 5 experience can lead to the further creation of themed hotels in Ukraine. In the future, it would be expedient to investigate and compare the experience of theme hotels in different theme parks in order to attract and implement the experience in the activities of hotels in Ukraine.*

Key words: *hotel business, accommodation facilities, theme hotel, service, settlement, theme park.*

Постановка проблеми. Розвиненість інфраструктури відпочинку і розваг, поява численних аквапарків, тематичних парків, та їх активний розвиток та перетворення на могутню частину розваг, призвели до необхідності перегляду концепції тематичних парків лише як об'єкту відвідування. Тематичні парки, окрім харчування й розваг почали пропонувати й розміщення для своїх відвідувачів і спричинили появу так званих тематичних готелів, що мають свої переваги й особливості функціонування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження різних аспектів готельного бізнесу є предметом наукових досліджень багатьох вітчизняних

і закордонних науковців. Зокрема питанням функціонування і розвитку готельного бізнесу, маркетингу й менеджменту готельних підприємств приділено увагу у роботах Ф. Котлера, Р. Браймера, С. Байлика, Ю. Волкова, В. Герасименко, А. Дуровича, А. Капліної, Т. Капліної, М. Мальської, І. Полчанінової, П. Пуцентейло, Х. Роглєва, А. Рябєва, Т. Ткаченко та інші. Однак питання дослідження закордонного досвіду функціонування готельних закладів, зокрема функціонування готелів у тематичних парках потребує уваги й ретельних досліджень.

Мета статті: узагальнення досвіду функціонування готелів у тематичному парку на прикладі досвіду Діснейленду Париж.

Виклад основного матеріалу. Паризький Діснейленд було відкрито 12 квітня 1992 року. Фактичне розташування тематичного парку — м. Марн-ля-Вале у 32 км від Парижу. Офіційна назва змінювалась: Euro Disney Resort (до 1993), Euro Disneyland Paris (1993–1994), Disneyland Paris (1994–2002), Disneyland Resort Paris (2002–2009). Disneyland Paris (з вересня 2009 року) [2].

Діснейленд Париж включає п'ять тематичних зон: Adventureland (Країна пригод); Frontierland (Прикордоння); Main Street USA (Головна вулиця, США); Discoveryland (Земля відкриттів); Fantasyland (Країна фантазій). З 2002 року Діснейленд поповнився парком Студії Уолта Діснея, що примикає до парку атракціонів DLP та кварталу Disney Village. Disney Village розміром 20 футбольних полів позиціонується як справжнє «місто», яке відкрите навіть після закриття інших частин Діснейленду. У Disney Village розташовані численні магазини, ресторани, дискотека та комплекс кінотеатрів. Розташований в декількох хвилинах їзди від Діснейленду, Golf Disneyland є майданчиком для гольфу з 27 лунками.

Тематичний парк має розвинену готельну інфраструктуру (рис. 1, 2).

Щоб забезпечити житлом своїх відвідувачів, було вирішено збудувати у комплексі 5 тис. готельних номерів. У березні 1988 року Дісней і рада архітекторів (Френк Гері, Майкл Грейвс, Роберт А. М. Стерн, Стенлі Тігерман і Роберт Вентурі) прийняли рішення про створення виключно американської тематики, в якій кожен готель зображуватиме той чи інший регіон Сполучених Штатів. На момент відкриття у квітні 1992 року було збудовано сім готелів, у яких загалом розміщувалося 5 тис. 800 номерів [3].

Інформацію щодо готельної інфраструктури тематичного парку можна знайти як на офіційному

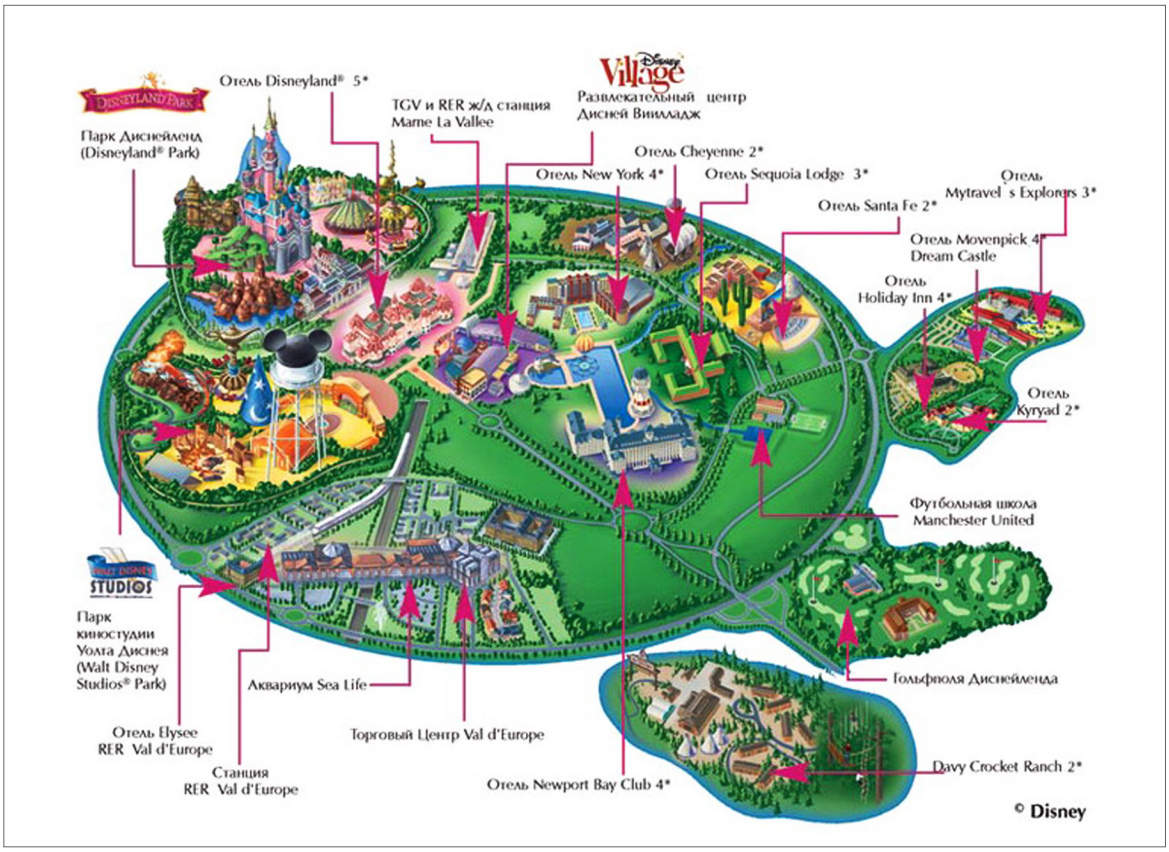


Рис. 1. Готельна інфраструктура Діснейленду Париж

Джерело: [4]

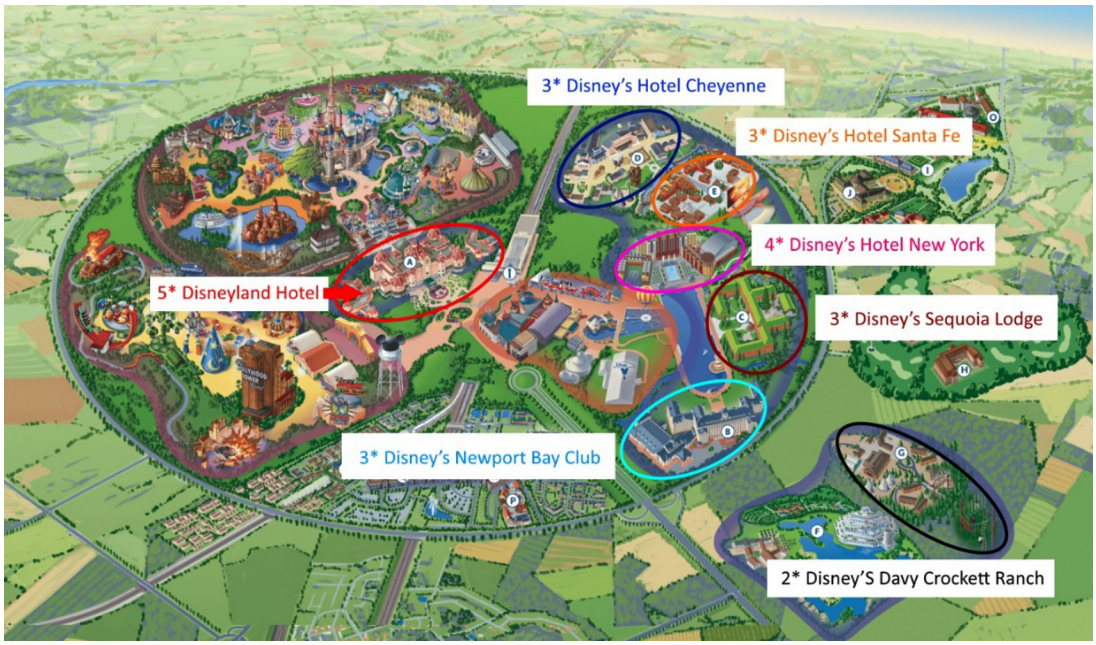


Рис. 2. Дісней готелі

Джерело: [5]

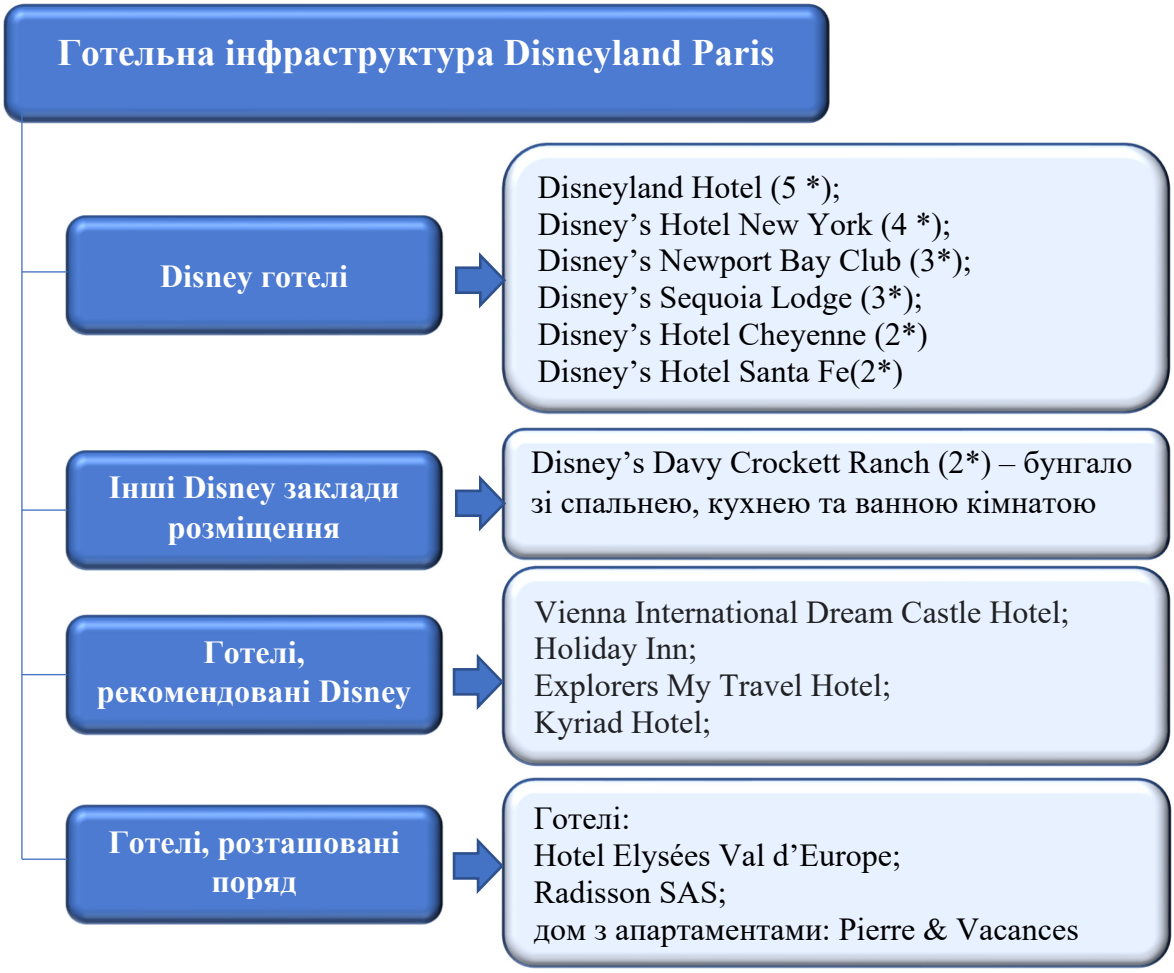


Рис. 3. Готельна інфраструктура Діснейленду Париж

Джерело: узагальнено автором на основі [1; 3–7]

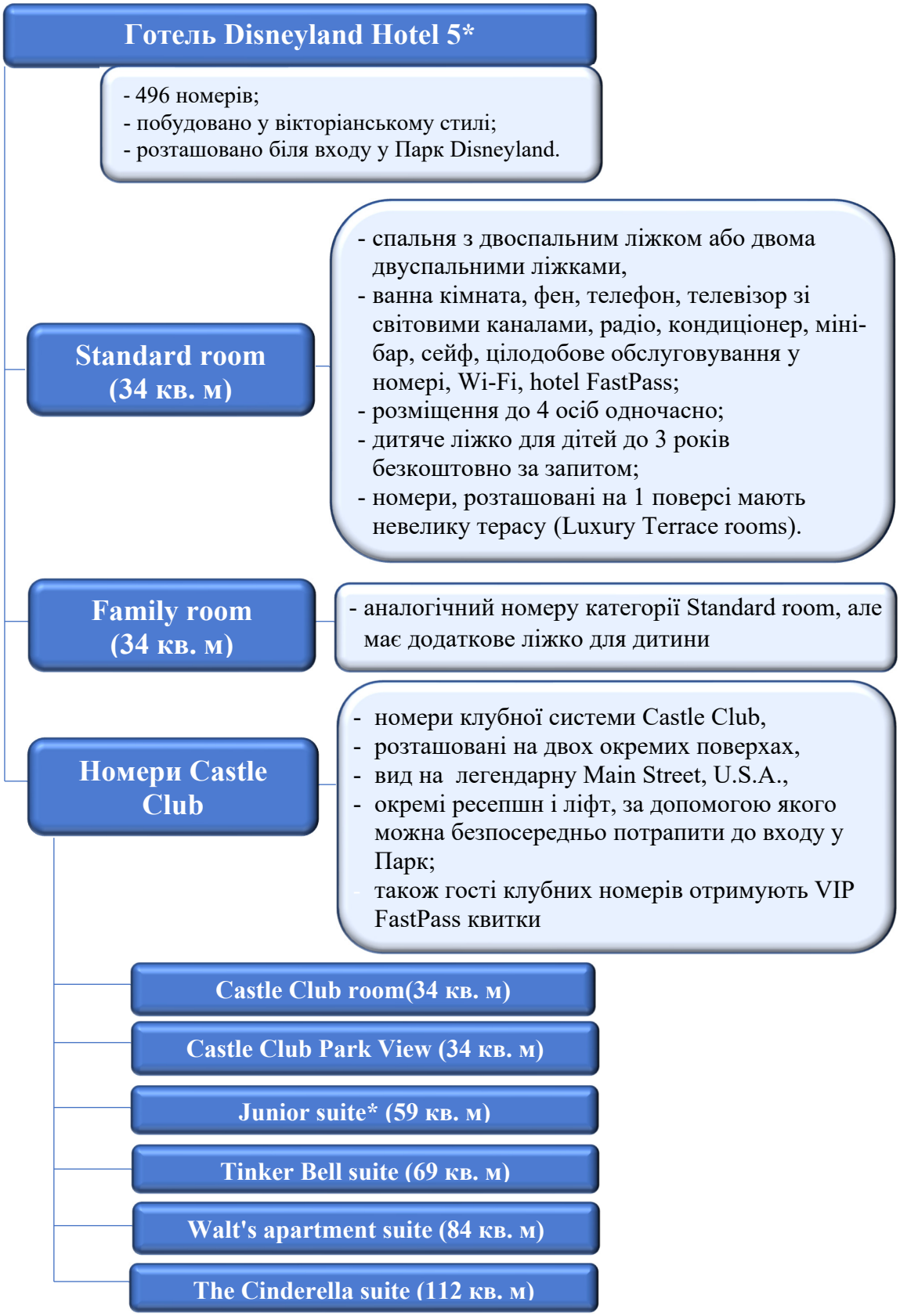


Рис. 4. Категорії номерів Disneyland Hotel 5*

Джерело: узагальнено автором на основі [1; 3–7]

Рис. 5. Типи клубних номерів Castle Club готелю Disneyland Hotel 5*

Джерело: узагальнено автором на основі [1; 3–7]

сайті [1], так і у багатьох інших відкритих джерелах [3–7]. Узагальнену інформацію щодо готельної інфраструктури Діснейленду Париж подано у вигляді рис. 3.

Таким чином, розміщення гостей тематичного парку забезпечує доволі розвинена готельна інфраструктура — і власна і розташована поруч.

Потенційні відвідувачі можуть обрати готелі категорій від 2* до 5* із відповідним рівнем сервісу і вартості проживання.

Інформацію про послуги найбільш комфортабельного готелю узагальнено у вигляді рис. 4–6.

Забронювати проживання у готелях можливо безпосередньо з офіційного сайту Діснейленду Париж [1], де можна обрати потрібний готель та дату розміщення.

Загалом розміщення у тематичному готельному закладі має низку переваг: наприклад — повне занурення у атмосферу тематичного парку, бо зазвичай, у тематичному парку пропонується розміщення, що відображає єдину тематику з тематичним парком; місця для селфі з персонажами, додатковий час (Extra Magic Time) в парках Дісней: можливість входу до парків до офіційного часу відкриття який може варіюватися залежно від дати візиту.

Усі готелі Діснейленду Париж приймають гостей з обмеженими можливостями та особливими потребами (також вітаються собаки-поводирі та помічники).

Можливо придбання пакетів послуг у готелях включають проживання у готелі, білети до обох парків Дісней та безкоштовну парковку при готелі.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Проведене дослідження дозволило узагальнити особливості функціонування готелю у тематичному парку на прикладі Діснейленду Париж.

Дослідження досвіду Disneyland Hotel 5* може започаткувати в подальшому створення тематичних готелів в Україні. У подальшому доцільно б було зосередити зусилля науковців на дослідженні і порівнянні досвіду тематичних готелів у різних тематичних парках для залучення і впровадження досвіду в діяльність готелів України.

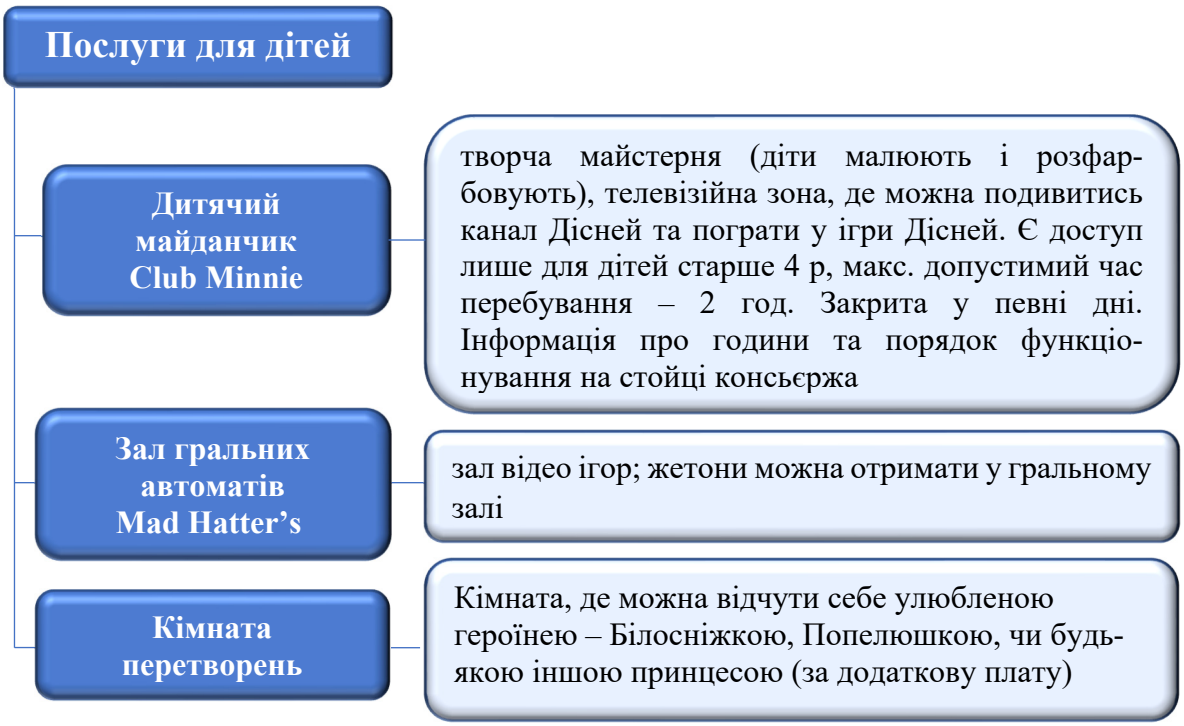


Рис. 6. Послуги для дітей готелю Disneyland Hotel 5*

Джерело: узагальнено автором на основі [1; 3–7]

Література

1. Офіційний сайт Діснейленд Париж. URL: https://www.disneylandparis.ru/disney-hotels/disneyland-hotel.html
2. Історія створення Діснейленду у Парижі. URL: https://mentamore.com/puteshestviya/disnejlend-v-parizhe.html
3. Діснейленд Париж. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B5%D0%B9%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B4_(%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%B6)
4. Найкращі готелі Паризького Діснейленду. URL: https://paris-disney.com/baza-znanij/faq/oteli-v-disnejlende-parizh/
5. Готелі в паризькому Діснейленді: на території і поряд. URL: https://parkmikki.ru/gostinitsy-v-parizhskom-disnejlende-na-territorii-i-okolo-nee/
6. Паризький Діснейленд, Париж: готелі поблизу. URL: https://www.booking.com/landmark/fr/disneyland-paris.uk.html
7. Діснейленд Париж. Готелі поблизу. URL: https://www.skyscanner.com.ua/hotels/france/chessy-hotels/near-disneyland-paris/pl-95566292

References

1. Oficijnyj sajt Disnejlend Paryzh. URL: https://www.disneylandparis.ru/disney-hotels/disneyland-hotel.html
2. Istorija stvorennja Disnejlendu u Paryzhi. URL: https://mentamore.com/puteshestviya/disnejlend-v-parizhe.html
3. Disnejlend Paryzh. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B5%D0%B9%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B4_(%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%B6)
4. Najkrashhi ghoteli Parizjkogho Disnejlendu. URL: https://paris-disney.com/baza-znanij/faq/oteli-v-disnejlende-parizh/
5. Ghoteli v paryzjkomu Disnejlendi: na terytoriji i porjad. URL: https://parkmikki.ru/gostinitsy-v-parizhskom-disnejlende-na-territorii-i-okolo-nee/
6. Paryzjkyj Disnejlend, Paryzh: ghoteli poblyzu. URL: https://www.booking.com/landmark/fr/disneyland-paris.uk.html
7. Disnejlend Paryzh. Ghoteli poblyzu. URL: https://www.skyscanner.com.ua/hotels/france/chessy-hotels/near-disneyland-paris/pl-95566292

УДК 640.41

Андренко Ірина Борисівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова
Андренко Ирина Борисовна
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства
Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А.Н. Бекетова
Andrenko Iryna
Candidate of Economic Sciences (PhD), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv
ORCID: 0000-0002-4530-9445

Краснокутська Юлія Вадимівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова
Краснокутская Юлия Вадимовна
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства
Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А.Н. Бекетова
Krasnokutska Iuliia
Candidate of Economic Sciences (PhD), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv
ORCID: 0000-0001-7241-1237

Карюк Андрій Олександрович
старший викладач кафедри туризму і готельного господарства
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова
Карюк Андрей Александрович
старший преподаватель кафедры туризма и гостиничного хозяйства
Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А.Н. Бекетова
Kariuk Andrii
Senior Lecturer of the Department of Tourism and Hospitality
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv
ORCID: 0000-0001-7954-5625

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8136

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ В ГОТЕЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ В ГОСТИНИЧНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ УКРАИНЫ

DIGITALIZATION OF CUSTOMER SERVICE IN HOTEL ESTABLISHMENTS OF UKRAINE

***Анотація**. У статті висвітлено вплив цифровізації на функціонування готельного бізнесу в Україні, зокрема розглянуто особливості сервісного обслуговування в готельних закладах на прикладі поселення. Сервісний процес у готельних закладах є досить сталим і багато років не змінювався. Безумовно, кожна держава та окремий готель можуть мати особливості процесу обслуговування, що може регламентуватися певними нормативними актами, розпорядженнями, на різних рівнях або політикою, особливостями та технологічним процесом окремого готельного підприємства. Однак сучасний світ потребує урахування інновацій у здійсненні бізнес процесів і готельні підприємства України одними з перших почали активно використовувати цифрові документи в сервісній діяльності. Мета статті – дослідження впливу цифровізації на зміни в процесі обслуговування гостей та особливостей застосування цифрових документів гостей і додатку Дія при реєстрації поселення гостей.*

Розглянуто стандартну процедуру поселення у готелі та оновлену процедуру із застосуванням цифрових документів. Охарактеризовано досвід готельних підприємств, що першими розпочали впровадження реєстрацію поселення клієнтів за цифровими документами. Охарактеризовано процедуру підтвердження особи з застосуванням цифрових документів та розглянуто особливості перевірки цифрових документів. Виявлено та охарактеризовано два варіанти використання цифрових документів у готелях – сценарій шеринг та сценарій Дія.QR їх. Охарактеризовано процедуру створення і особливості Дія.QR у готельних закладах та виявлено переваги використання. Усі отримані результати проведеного дослідження щодо особливостей цифровізації готельного господарства України проаналізовано, систематизовано, згруповано та узагальнено у вигляді схем, що може використовуватися як у процесі навчання майбутніх фахівців так і для подальших досліджень науковцями.

***Ключові слова:** готельний бізнес, заклади розміщення, цифровізація, Дія.QR, сервіс, поселення, цифрові документи.*

***Аннотация.** В статье отражено влияние цифровизации на функционирование гостиничного бизнеса в Украине, в частности, рассмотрены особенности сервисного обслуживания в гостиничных заведениях на примере поселения. Сервисный процесс в гостиничных заведениях достаточно устойчив и много лет не менялся. Безусловно, каждое государство и отдельная гостиница могут иметь особенности процесса обслуживания, который может регламентироваться определенными нормативными актами, распоряжениями, на разных уровнях или политикой, особенностями и технологическим процессом отдельного гостиничного предприятия. Однако современный мир требует учета инноваций в осуществлении бизнес-процессов и гостиничные предприятия Украины одними из первых стали активно использовать цифровые документы в сервисной деятельности. Цель статьи – исследование влияния цифровизации на изменения в процессе обслуживания гостей и особенностей применения цифровых документов гостей и приложения «Дия» при регистрации поселения гостей.*

Рассмотрена стандартная процедура поселения в гостиничном предприятии и обновленная процедура с применением цифровых документов. Охарактеризован опыт гостиничных предприятий, которые первыми приступили к внедрению регистрации поселения клиентов по цифровым документам. Охарактеризована процедура подтверждения личности с применением цифровых документов и рассмотрены особенности проверки цифровых документов. Выявлены и охарактеризовано два варианта использования цифровых документов в отелях – сценарий шеринг и сценарий Дия.QR. Охарактеризована процедура создания и особенности Дия.QR в гостиничных заведениях и выявлены преимущества использования. Все полученные результаты проведенного исследования особенностей цифровизации гостиничного хозяйства Украины проанализированы, систематизированы, сгруппированы и обобщены в виде схем, которые могут использоваться как в процессе обучения будущих специалистов, так и для дальнейших исследований учеными.

***Ключевые слова:** гостиничный бизнес, средства размещения, цифровизация, Дия.QR, сервис, поселение, цифровые документы.*

***Summary.** The article highlights the impact of digitalization on the functioning of the hotel business in Ukraine, in particular, the peculiarities of service in hotel establishments are considered on the example of a settlement. The service process in hotel establishments is quite stable and has not changed for many years. Of course, each state and individual hotel may have specifics of the service process, which may be regulated by certain regulations, orders, at different levels, or the policy, features, and technological process of an individual hotel enterprise. However, the modern world needs to take into account innovations in the implementation of business processes, and hotel enterprises of Ukraine were among the first to actively use digital documents in service activities. The purpose of the article is to study the impact of digitalization on changes in the guest service process and the features of using digital guest documents and the Diia application when registering guest accommodation.*

The standard hotel check-in procedure and the updated procedure using digital documents are considered. The experience of hotel enterprises, which were the first to start the implementation of registration of customer accommodation based on digital documents, is characterized. The procedure of identity verification using digital documents is characterized and the features of checking digital documents are considered. Two options for the use of digital documents in hotels were identified and characterized – the sharing scenario and the Diia.QR scenario. The creation procedure and features of Diia.QR in hotel establishments were characterized and the advantages of its use were revealed. All the obtained results of the conducted research

on the peculiarities of digitalization of the hotel industry in Ukraine were analyzed, systematized, grouped and summarized in the form of schemes that can be used both in the process of training future specialists and for further research by scientists.

Key words: *hotel business, accommodation facilities, digitalization, Diia.QR, service, settlement, digital documents.*

Постановка проблеми. Цифровізація нашої країни спричинила певні позитивні зрушення у технологічних та бізнес процесах майже усіх сфер бізнесу у тому числі й у готельному бізнесі. Незважаючи на досить сталу практику організації технологічних процесів у готелях процес поселення у готелі зазнав позитивного впливу цифровізації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання цифровізації готельних закладів відносно нове й ще не отримало належної уваги науковців. В той же час у сучасних дослідженнях, зокрема у роботах Кравченко А. В., Бойко В. В. [1] Ощипок І. М. [2] вже розглядалися окремі питання цифровізації туристського та готельно-ресторанного бізнесу. Однак питання подальшого дослідження особливостей технологічного процесу готельних підприємств, а саме використання електронних документів дія поселення гостей в умовах цифровізації є актуальним.

Мета статті: дослідження впливу цифровізації на зміни в процесі обслуговування гостей особливостей застосування цифрових документів гостей та додатку Дія при реєстрації поселення гостей.

Виклад основного матеріалу. Порядок надання послуг у готелях регламентується згідно п. 4 «Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг»: «Номер (місце) в готелі надається споживачу при пред'явленні паспорта або іншого документа, який засвідчує особу (паспорт громадянина України, паспорт громадянина України для виїзду за кордон, дипломатичний чи службовий паспорт, посвідчення особи моряка, посвідка на проживання особи, яка мешкає в Україні, але не є громадянином України, національний паспорт іноземця або документ, що його замінює, та віза на право перебування в Україні (якщо інше не передбачено чинними двосторонніми угодами), свідоцтво про народження неповнолітніх, які не досягли 16 років, посвідчення водія, для військових — особове посвідчення або військовий квиток, посвідчення, яке видане за місцем роботи споживача, та ін.), і заповненні анкети встановленого центральним органом виконавчої влади з питань туризму зразка [3].

Раніше на процес реєстрації гості витрачали більше часу. Адміністратор або просив документи для заповнення даних, або сканував їх. Зараз же цей процес буде оптимізований і займатиме не більше хвилини.

Відповідно до Закону України «Про внесення змін до закону України «Про Єдиний державний демографічний реєстр та документи що підтверджують громадянство України, посвідчують особу чи її спеціальний статус» [4], який набрав чинності з 23 серпня 2021 року, підприємства, установи та організації не можуть відмовити громадянам у прийомі цифрових документів.

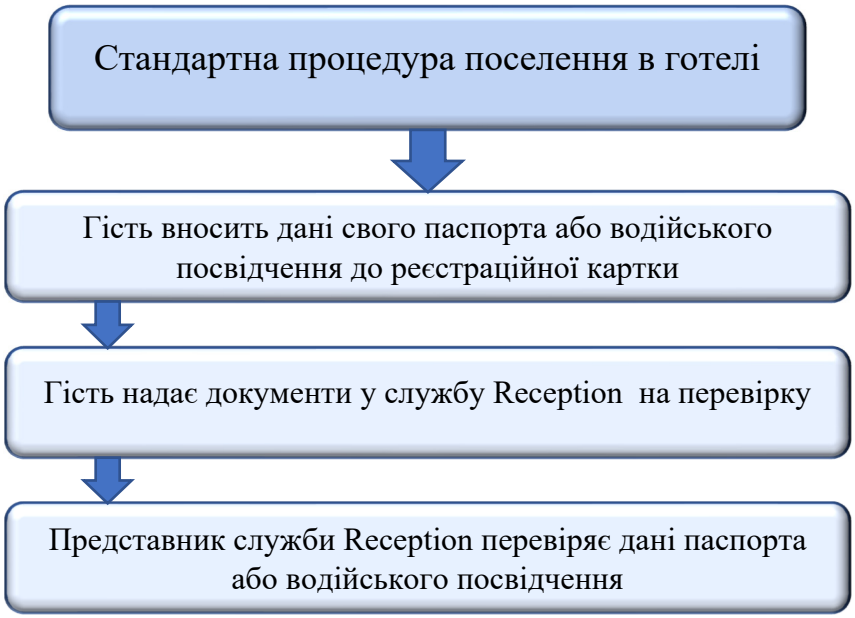


Рис. 1. Підтвердження особи при типовій процедурі поселення в готель

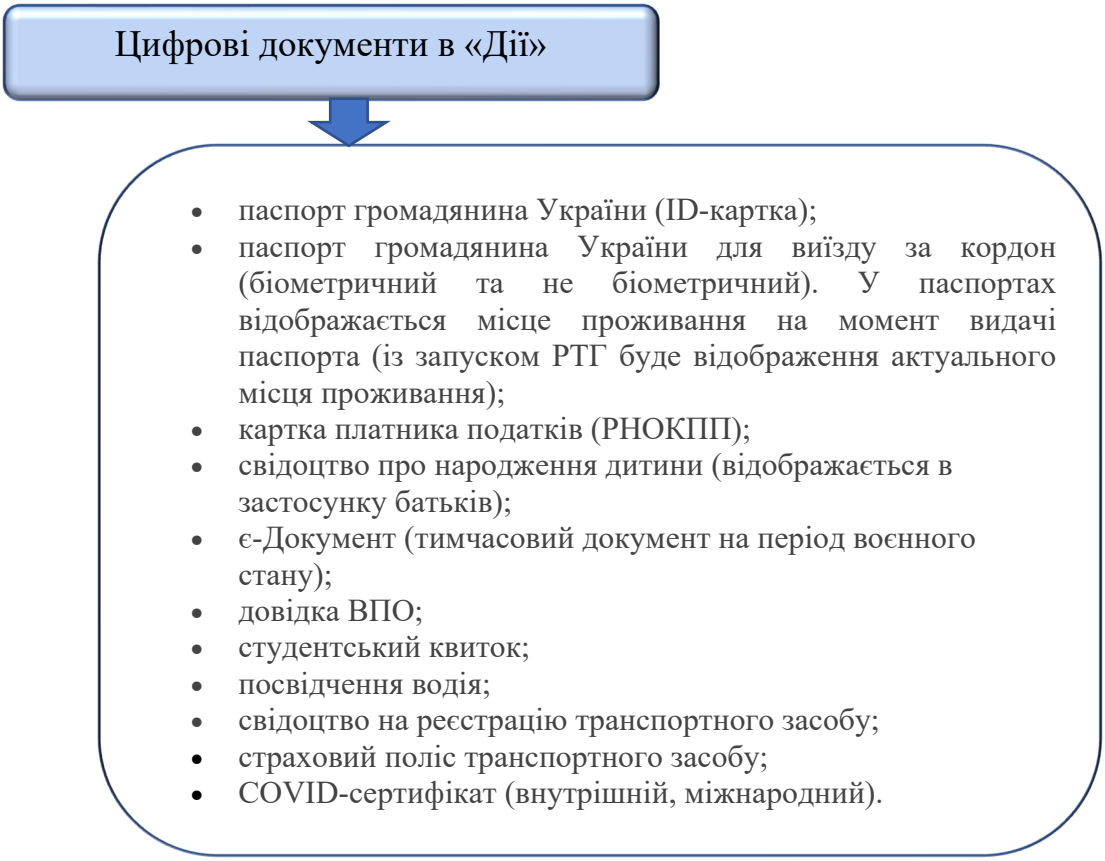


Рис. 2. Цифрові документи в Дії

Джерело: укладено авторами на основі [5]

Україна — перша держава у світі, де можна користуватися цифровими паспортами без паперових чи пластикових аналогів.

Можливості цифровізації країни почали активно застосовувати у готельних закладах, зокрема при поселенні гостей. Тому доцільно проаналізувати особливості обслуговування гостей за оновленою процедурою.

Мережа готелів Reikartz Hotel Group започаткувала поселення гостей згідно електронної версії паспорту у додатку Дія з 07 липня 2020 р., про що повідомила на своїй офіційній сторінці [6].

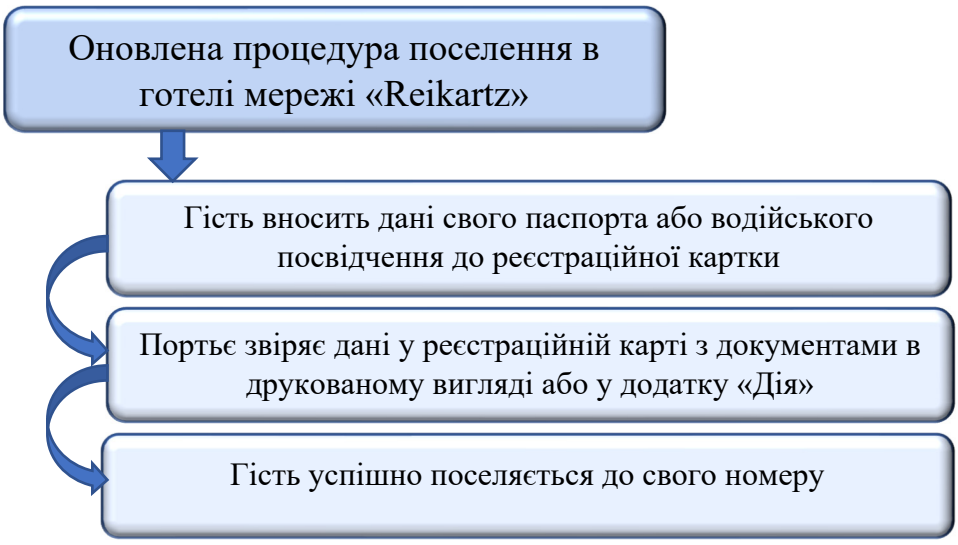


Рис. 3. Процедура поселення гостей до готелів за оновленою процедурою

Джерело: укладено авторами на основі [6]

Особливим пріоритетом у філософії компанії Reikartz є висока клієнтоорієнтованість. Тому компанія намагається покращувати рівень обслуговування і сервісу, щоб у клієнтів залишилися лише приємні спогади про перебування у готелях мережі. І саме тому, компанія Reikartz офіційно заявила, що більше не потрібно носити з собою паперові документи, достатньо лише показати на стійці рецепції додаток «Дія» із попередньо завантаженими туди особистими даними. Таким чином згідно оновленої процедури поселення гостей до готелів мережі (див рис. 3) більше не потрібно надавати готелю копії своїх документів, достатньо лише мати смартфон і додаток «Дія».

З 6 травня 2021 року Ribas Hotels Group стала першою готельною мережею в Україні, яка запровадила технологію передачі даних через штриховий код застосунку Дія до системи готелю Servio HMS. Об'єкти мережі, де вона буде використовуватися: Wall Street by Ribas, Ribas Karpaty, Bortoli by Ribas, Hotel BossFor by Ribas, Play Hotel by Ribas.

На офіційному сайті мережі Ribas Hotels Group [7] викладено особливості процедури реєстрації: у готелях мережі встановлені сканери, за допомогою яких адміністратори зчитують штрихкод документа в Дії для реєстрації. Гостю потрібно лише підтвердити запит у застосунку на передачу копії цифрового документа. Цифрові копії документів передаються до інформаційної системи готелю Servio HMS.

У процесі передачі отримувачу даних надаватиметься цифрова копія електронного документа у форматі PDF (підписана КЕПом Дії та з накладенням позначки дати, часу та назви отримувача даних), а також метадані у форматі JSON із відповідними полями з документа.

Станом на 17 вересня 2021 р. вже багато готелів надавали можливість використовувати цифрові копії документів просто зі смартфону.

Одночасно з типовою процедурою поселення в готелях див. рис. 1, для підтвердження особи використовують цифрові документи див. рис. 4.

Рис. 4. Підтвердження особи з застосуванням цифрових документів

Джерело: укладено авторами на основі [5; 9; 10]

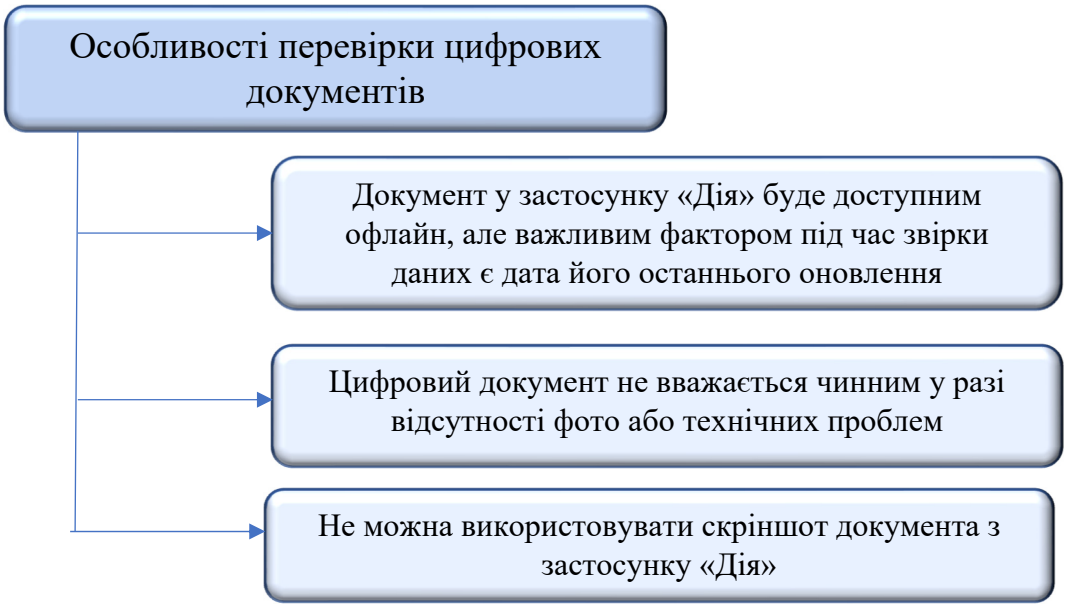


Рис. 5. Особливості перевірки цифрових документів

Джерело: укладено авторами на основі [5]

Особливості перевірки цифрових документів узагальнено на рис. 5.

Документи в застосунку Дія — це цифрові аналоги паперових; вони мають таку ж юридичну силу.

Відповідно копії цифрових документів — це підписані та зашифровані файли у форматі PDF із даними користувача, які формуються з інформації з державних реєстрів та надсилаються через застосунок Дія. Окрім PDF-файлів, передаються також метадані у форматі JSON із відповідними полями з документа.

Копія цифрового документа — відображення в електронному вигляді інформації про особу, яка міститься в державних реєстрах. Така копія, завірена КЕПом Дії, передається отримувачу у pdf-форматі. На ній вказана точна дата створення та назва організації, якій було надіслано таку копію.

Перелік готельних закладів України, у яких вже можна поділитися цифровими копіями документів у Дії вже перевищує 50 закладів (див. рис. 6).

Нині існує два варіанти використання цифрових документів у готелях:

1. Сценарій шеринг: інтеграція з розробниками програмного забезпечення та інтеграторами для готелів (так вже працюють такі інтегратори як Servio та Easy MS; в процесі інтеграції знаходяться HRS, HSL, Royal Sale, тому якщо готелі використовують цих інтеграторів, процес технічного налаштування не займе багато часу);

2. Сценарій Дія.QR: за умови відсутності інформаційної системи, готелі можуть налаштувати Дія.QR та отримувати копії документів на електронну адресу.

Шеринг — сервіс, що дозволяє отримати копії цифрових документів користувача застосунку Дія (фізичної особи) за його згоди одразу в систему організації (налаштовується шляхом інтеграції по API). У процесі шерингу отримувачу даних надається цифрова копія е-документа у форматі pdf (підписана КЕПом Дії та з накладенням позначки дати, часу та назви отримувача даних), а також метадані у форматі JSON із відповідними полями з документа.

Сценарій Шеринг доступний у двох форматах:

• Офлайн. За сценарієм шерингу офлайн співробітник готелю сканує штрих-код е-документа або вводить вручну в інформаційну систему 13-значний код, що зазначений під штрих-кодом. Клієнт отримує запит на передачу копії цифрових документів із застосунку Дія та підтверджує передачу цих документів разом із метаданими на сервер готелю.

• Онлайн (AppToApp). За сценарієм AppToApp можна дистанційно ідентифікувати особу на сайті закладу або у застосунку при бронюванні номера готелю, використовуючи діплінк для авторизації через Дію (він може бути у вигляді кнопки або QR-коду). Після переходу за посиланням особа отримує запит на передачу копії цифрових документів та підтверджує таку передачу.

Розглянемо особливості Дія.QR. На офіційному порталі «Дія» на вкладці Дія QR [5; 9] можна

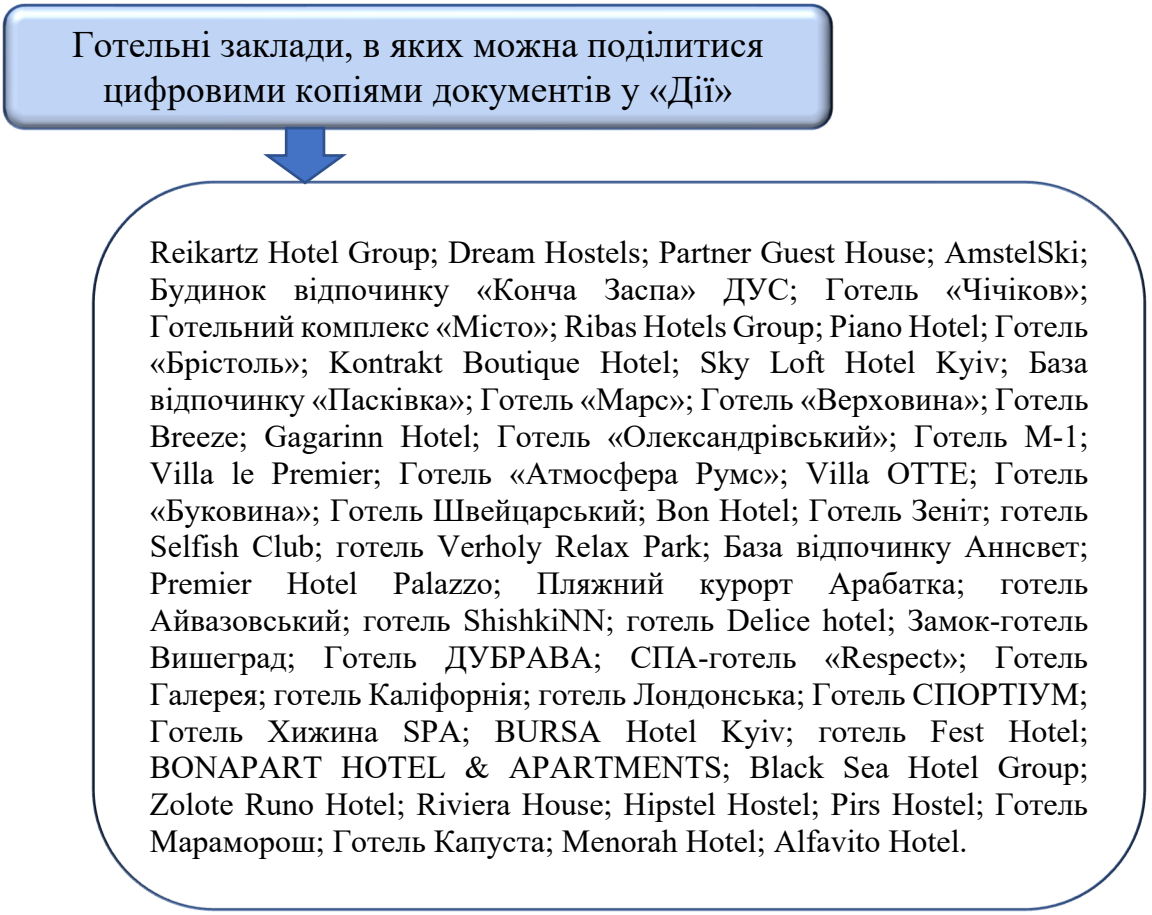


Рис. 6. Готельні заклади, в яких можна поділитися цифровими копіями документів у Дії
Джерело: укладено авторами на основі [8]

створити QR-код, за яким можна отримувати електронні копії цифрових документів користувачів Дії на свою електронну пошту. Дія.QR розроблено для використання виключно у відділеннях, центрах надання послуг, офісах тощо. Розміщення на онлайн-ресурсах заборонено.

Послугу отримати може: малий та середній бізнес; громадські організації; органи державної влади; органи місцевого самоврядування, у тому числі відділи ЦНАП. Створити Дія.QR може лише керівник юридичної особи або фізична особа-підприємець.

Послугу можна отримати онлайн, для чого необхідно зареєструватися чи авторизуватися в кабінеті на порталі дія за допомогою електронного підпису; ознайомитись з умовами публічної оферти, перевірити коректність даних у Заяві та оновити їх за необхідності у профілі користувача та підписати заяву електронним підписом; заповнити дані про відділення, в яких запитуватимуть копії цифрових документів; заповнити дані про послуги, для надання яких потрібно запитувати копії цифрових документів та обрати перелік необхідних копій документів; перейти до розділу «Мій бізнес — Мої Дія.QR та завантажити коди; розмістити QR-коди в доступному для сканування місці; отримувати копії цифрових документів на вказану пошту.

Безумовно, використання як щерінгу, так і Дія.QR у готельних закладах має певні переваги, які узагальнено на рис. 8.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Проведене дослідження дозволило узагальнити особливості використання цифрових документів для ідентифікації клієнтів при поселенні у готельний заклад.

Впровадження розглянутих цифрових технологій у роботу готельних закладів — ще один крок до поліпшення рівня сервісу в країні. У подальшому доцільно б було зосередити зусилля науковців на дослідженні особливостей цифровізації інших технологічних процесів у готельних закладах.

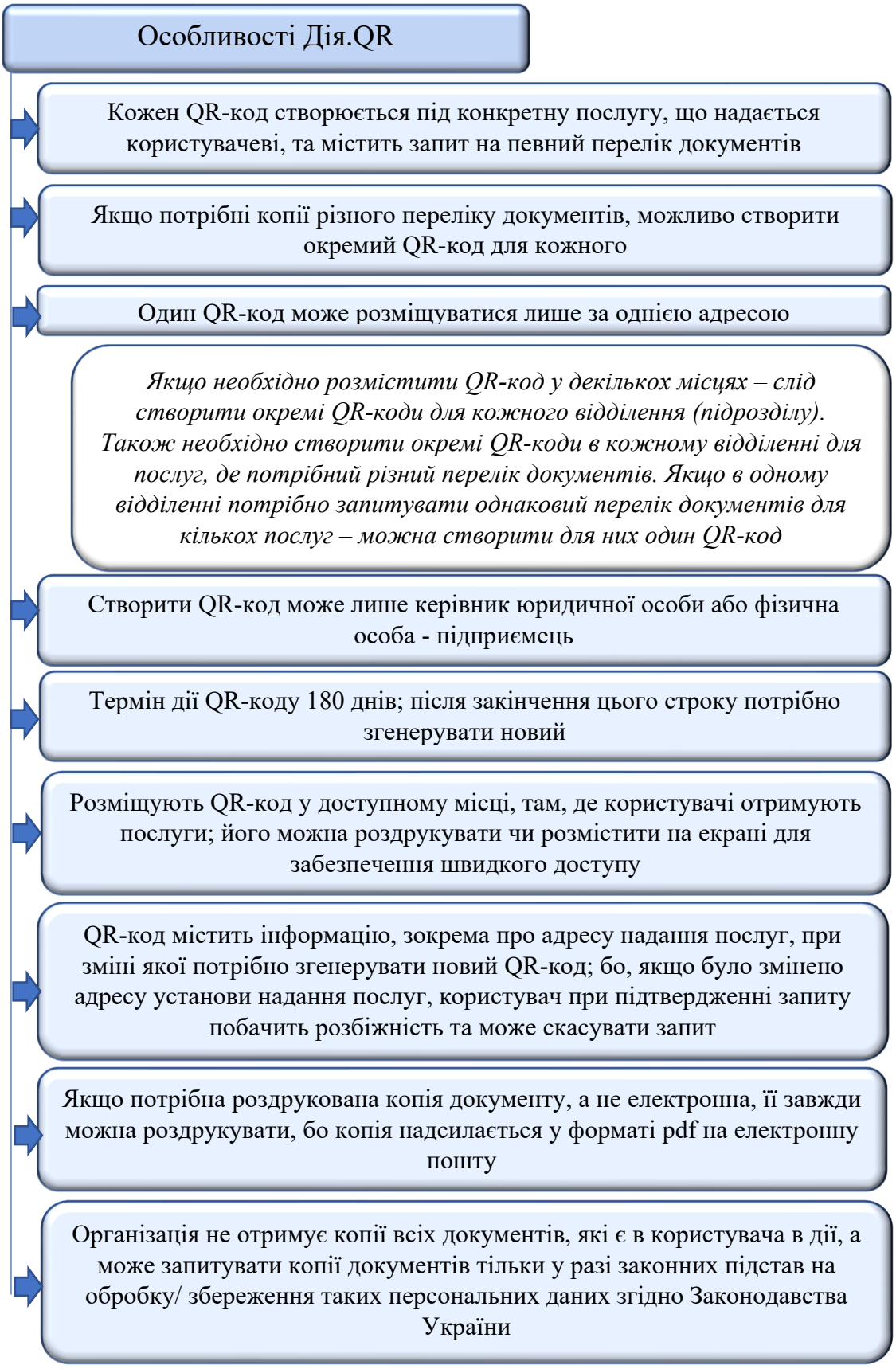


Рис. 7. Особливості Дія.QR у готельних закладах

Джерело: укладено авторами на основі [5; 9]

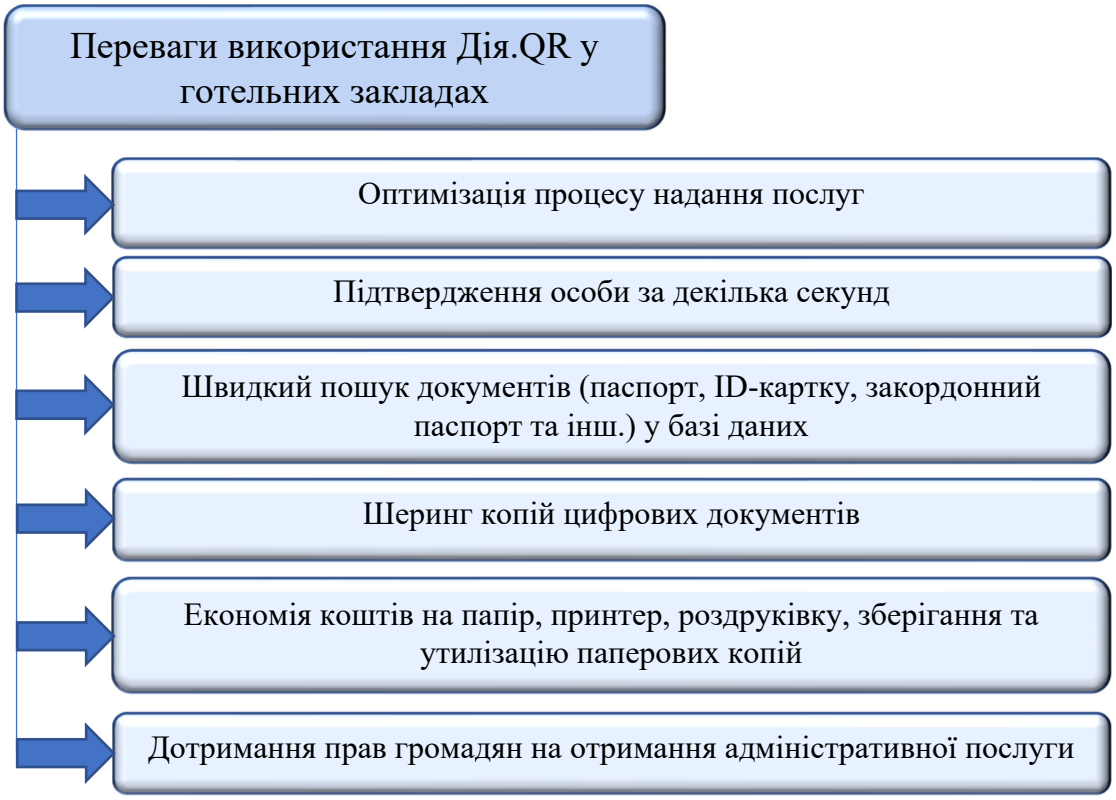


Рис. 8. Переваги використання Дія.QR у готельних закладах

Джерело: укладено авторами на основі [5; 9; 10]

Література

1. Кравченко А. В., Бойко В. В. Цифровізація туристичної галузі в пост-covid-19 період. Ефективна економіка. 2021. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8669 (дата звернення: 06.07.2022). doi: 10.32702/2307-2105-2021.2.96

2. Ощипок І. М. Специфіка функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу в умовах D-господарювання. Вісник ЛТЕУ. Економічні науки. 2020. № 59. URL: http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/issue/view/71. (дата звернення: 06.07.2022). doi: https://doi.org/10.36477/2522-1205-2020-59-11

3. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, затверджені наказом Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 р. № 19. У ред. від 18.10.2010 р. URL: https://ips.ligazakon.net/document/reg9012?an=97&ed=2010_10_18 (дата звернення: 06.07.2022).

4. Закон України «Про внесення змін до закону України «Про Єдиний державний демографічний реєстр та документи що підтверджують громадянство України, посвідчують особу чи її спеціальний статус». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1368-20#Text (дата звернення: 06.07.2022).

5. Державні послуги онлайн. Портал «Дія». URL: https://diia.gov.ua/(дата звернення: 06.07.2022).

6. Дія тепер і в мережі готелів Reikartz Hotel Group. URL: https://reikartz.com/uk/news/diya-teper-i-v-seti-oteleyi-reikartz-hotel-group/ (дата звернення: 06.07.2022).

7. Ribas Hotels Group — перша готельна мережа в Україні, яка використовуватиме штриховий код із Дії під час реєстрації. URL: https://ribashotelsgroup.ua/blog/persha-gotelyna-merezha-v-ukraini-yaka-vikoristovuvatime-shtrihoviy-kod-iz-dii-pid-chas-reestratsii/ (дата звернення: 06.07.2022).

8. Мандруйте Україною з паспортом у смартфоні! URL: https://diia.gov.ua/news/mandrujte-ukrayinoyu-z-pasportom-u-smartfoni (дата звернення: 06.07.2022).

9. Дія QR. URL: https://diia.gov.ua/services/diyaqr (дата звернення: 06.07.2022).

10. «Дія.QR» Інформація для керівників готелів, мотелів, хостелів. URL: http://rakhiv-mr.gov.ua/diia-qr-informatsiia-dlia-kerivnykiv-hoteliv-moteliv-khosteliv/(дата звернення: 06.07.2022).

References

1. Kravchenko A. V., Bojko V. V. Cyfrovizacija turystychnoji ghaluzi v post-covid-19 period. Efektyvna ekonomika. 2021. # 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8669. doi: 10.32702/2307-2105-2021.2.96

2. Oshhypok I. M. Specyfika funkcionuvannja pidpryjemstv ghoteljno-restorannogho biznesu v umovakh D-ghospodarjuvannja. Visnyk LTEU. Ekonomichni nauky. 2020. #59. URL: http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/issue/view/71. doi: https://doi.org/10.36477/2522-1205-2020-59-11

3. Pravyla korystuvannja ghoteljamy j analoghichnymy zasobamy rozmishhennja ta nadannja ghoteljnykh poslugh, zatverdzheni nakazom Derzhavnoji turystychnoji administraciji Ukrajiny vid 16.03.2004 r. # 19. U red. Vid 18.10.2010 r. URL: https://ips.ligazakon.net/document/reg9012?an=97&ed=2010_10_18

4. Zakon Ukrajiny «Pro vnesennja zmin do zakonu Ukrajiny «Pro Jedynyj derzhavnyj demoghrafichnyj rejestr ta dokumenty shho pidtverdzhujutj ghromadjanstvo Ukrajiny, posvidchujutj osobu chy jiji specialjnyj status». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1368-20#Text

5. Derzhavni poslughy onlajn. Portal «Dija». URL: https://diia.gov.ua/

6. Dija teper i v merezhi ghoteliv Reikartz Hotel Group. URL: https://reikartz.com/uk/news/diya-teper-i-v-seti-oteleyi-reikartz-hotel-group/

7. Ribas Hotels Group — persha ghoteljna merezha v Ukrajini, jaka vykorystovuvatyme shtrykhovyj kod iz Diji pid chas rejestraciji. URL: https://ribashotelsgroup.ua/blog/persha-gotelyna-merezha-v-ukraini-yaka-vikoristovuvatime-shtrihoviy-kod-iz-dii-pid-chas-reestratsii/

8. Mandrujte Ukrajinoju z pasportom u smartfoni! URL: https://diia.gov.ua/news/mandrujte-ukrayinoyu-z-pasportom-u-smartfoni

9. Dija QR. URL: https://diia.gov.ua/services/diyaqr

10. «Dija.QR» Informacija dlja kerivnykiv ghoteliv, moteliv, khosteliv. URL: http://rakhiv-mr.gov.ua/diia-qr-informatsiia-dlia-kerivnykiv-hoteliv-moteliv-khosteliv

UDC 339.92

Stashenko Juliia
PhD in Economics, Associate Professor of the Accounting and Consulting Department
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
ORCID: 0000-0001-6909-4074

Marchuk Uliana
PhD in Economics, Associate Professor of the Accounting and Consulting Department
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
ORCID: 0000-0003-0971-1303

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8177

INTERNATIONAL CORPORATIONS AS AN ELEMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE GLOBAL ECONOMY

Summary. *Today, international corporations are an important element in the development of the world economy and international economic relations. Corporations contribute to intensifying international competition and deepening the international division of labor. Modern corporations are increasingly influencing international economic relations and the world economy as a whole, becoming the most important economic entities in the world economic system. International corporations are characterized by the creation of international production, high intensity of trade between countries, independence in decision-making and interstate mobility. The current stage of development shows not only a high level of competition between corporations, but also the emergence of strategic alliances. The basis of the new global economic system are corporations that own significant financial resources, introduce advanced technologies, have large spatial sales markets and conduct an active, global investment policy. The key role of international corporations in international economic relations is explained by the fact that they are the engine of the world economy and the leading factor in international specialization and world trade. They are an important figure at the current stage of development of the world economy. Attracting foreign direct investment brings the country access to financial resources, namely, facilitates integration into global economic processes, access to foreign markets. The activities of corporations are quite extensive on the territory of Ukraine. Ukraine must use all the positive aspects of the activities of corporations and neutralize all the negative consequences, keep the emphasis on national priorities. International corporations mean a large association that uses an international approach, involves the development of international production and sales, with a central place of decision-making, and branches around the world. Corporations directly influence the economy in which they operate, accelerate the process of internalization and scientific and technical progress, and raise the social and material level of the population, which will provide an opportunity to purchase goods and services of international companies.*

Key words: *International Corporation, globalization process, investment climate, regionalization, transnationalization of capital.*

Statement of the problem. International corporations are the most important element of the development of the world economy, international trade and international economic relations. Their active development in the last tens of years reflects the aggravation of international competition, the deepening of the international division of labor. One of the most relevant processes is globalization, which determines the development trend of the modern world economy, penetrates into all spheres of society, from the corporation to the person, on which political and economic processes in the world depend.

Analysis of recent researches and publications. Today's international corporations have no allegiance to particular governments and pay very little attention to national borders. Corporations are

global in scope as they manufacture products, sell them, and attract financial resources in any way that best suits their long-term strategic goals. They are able to raise capital from any developed market, and they are encouraged to this desire by the minimization of costs and the maximization of profit. The issues of the activities of international corporations in the conditions of globalization are most fully addressed by such authors as Sikorskyi I., Kuzjoma O. Ju., Rubнovб S., Sebti M. [3; 4; 6].

Formulation purposes of article (problem). Determine the essence and meaning of international corporations; to analyze the process of evolution of forms and models of corporation activity; to reveal the specifics of their activity and conduct an analytical study of the development of corporations in the economy; determine exactly what role the corporation plays in the conditions of globalization; to determine and substantiate the prospects of the activities of international corporations, in particular, increasing the volume of investments in the territory of Ukraine.

The main material. An overview of the main material. International corporations appear as direct participants in all aspects of global economic relations, as "engines" of the world economy. The corporation, on the one hand, is a product of the rapid development of international economic relations, and on the other hand, they themselves represent a powerful mechanism of influence on them. Actively influencing international economic relations, international corporations form the main relations, change their previously created forms.

Modern corporations, in addition to the existing international exchange of goods and services, created international production, the corresponding international sphere of services and the international financial sphere, which directly contributed to the transformation of mainly local (interstate, regional) international economic relations into global corporations, transformed the world economy into international production, ensured the development of the scientific and technical process in all its directions: technical level and product quality, production efficiency, improvement of management forms, enterprise management. They operate through their subsidiaries and branches in dozens of countries around the world under a single research, production and financial strategy formed in their "brain trusts", have huge research, production and market potential, which ensures high development dynamics.

Let's pay attention to the situation that has developed since 2019, when the appearance of COVID-19 was expected that the combined supply and demand shock was expected to lead to a dramatic collapse in trade. However, trade in goods bounced back quite rapidly, although trade in services still remains sluggish [1, p. 87–107].

Considering the impact of pandemic factors on trade (forecast), it was found that characteristic of that countries whose experience of the pandemic was more severe (more COVID-19 cases, more stringent containment measures, or less mobility) showed "excess import demand" for goods — that is, the fall in goods imports was smaller than predicted by the model (Figure 1).

Domestic factors specific to the pandemic played an important role in determining trade patterns in 2020. The main factors of influence can be attributed to: first, the rapid recovery in goods trade may reflect a general switching in consumer spending away from services to goods — such as remote-working equipment and medical goods — created by pandemic-specific conditions. Second, part of the shift could be driven by a simple reallocation of income toward goods because some services were unavailable.

Third, it is possible that as countries with more severe lockdowns experienced a sharp contraction in the production of some goods domestically, they were pushed to import them instead.

The phenomenon of globalization during the last 20–25 years is one of the main objects of social science research. Despite the large amount of scientific and journalistic literature, the process of globalization, its development, emerging problems and consequences have not been fully studied. To a greater extent, this is related to the diversity and development of existing agents and actors, the complication of interaction processes between them, the change of roles and influence. International corporations have become just such agents and managed to benefit more than other participants from the changes taking place.

International cooperation on resilience-enhancing policies can yield both individual and collective benefits, and coordinated actions by members can leverage synergies. Multilateral initiatives adopted by governments in relation to previous shocks provide substantial arguments in favour of countries cooperating to assist those under stress in containing crises. Cooperation can help internalize some cross-border spillovers, thereby improving resilience. This subsection discusses how cooperation on a broad set of economic and financial policies can complement trade cooperation, and describes the synergies be-

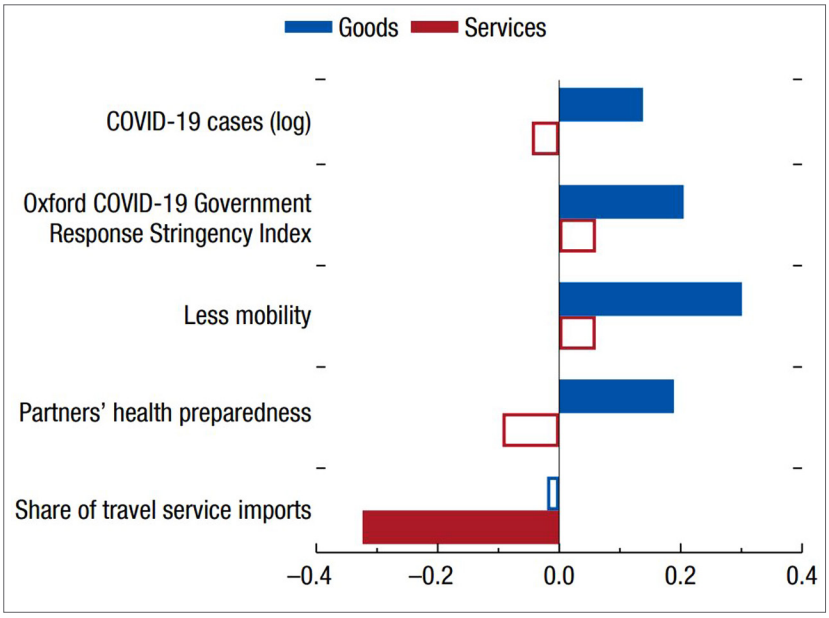


Fig. 1. Factors Associated with the Demand Model's Forecast Errors for 2020

Sources: [1; 7]

tween trade cooperation and cooperation on disaster risk reduction [8, p. 128].

International cooperation also plays a role in assisting countries that are hit harder and/or lack resources and abilities to cope.

Among the main competitive advantages, which are the basis of the effective activity of corporations, the following can be distinguished: unimpeded ownership and access to natural resources, capital and results of scientific research and research and design works around the world; horizontal diversification into different industries or vertical integration according to the technological principle within the framework of a single industry, which in both cases ensure economic stability and financial stability of corporations; the possibility of free choice when locating the company's enterprises in different countries, taking into account the size of their national markets, rates of economic growth, prices, availability of economic resources, as well as political stability; low cost of financial resources due to wider possibilities of their attraction; economy on the scale of the enterprise; the possibility of using state foreign economic policy in various countries in the interests of corporations; continuous information about the state of commodity, currency and financial markets in different countries, which allows to promptly direct capital flows to those countries where there are favorable conditions for obtaining maximum profit; access to qualified staff and virtually unlimited opportunities for their selection [6, p. 125].

These competitive advantages that allow corporations to rapidly develop and be competitive compared to other companies.

Corporate Knights' 2022 ranking of the world's 100 most sustainable and world's greenest firms corporations is based on a rigorous assessment of nearly 7,000 public companies with revenue over US$1 billion (Table 1).

Keeping capital, technology and people turnover at a decent level, the main corporations contribute more to the growth of the economy and the development of the host national economies, including: reducing the acuteness of the foreign exchange deficit associated with imports, which means transferring at least part of the production to other countries, still imported; improvement of the culture of conducting business and consumption of goods and services according to international standards; provision of additional jobs for the local population, which is especially important for countries where the arrival of labor-intensive capacities will provide an opportunity to use mostly physical, not machine, labor.

The predominant characteristic of the development of international corporations is the development of intra-corporate relations within these corporations. Internal trade between individual branches and subsidiaries of the corporation is widespread in different countries, which in its form is international trade [3].

Internal trade between different divisions of companies protects them from the influence of international competition and, thus, affects all the characteristics of trade.

Table 1

The 100 most sustainable corporations of 2022

2022 G100 Rank	2021 G100 Rank	Company	Country	Climate commitments
1	21	Vestas Wind Systems A/S	Denmark	1.5 °C, SBTi
2	24	Chr Hansen Holding A/S	Denmark	1.5 °C, SBTi
3	43	Autodesk Inc	United States of America	SBTi
4	1	Schneider Electric SE	France	1.5 °C, SBTi
5	40	City Developments Ltd	Singapore	1.5 °C, SBTi
6	9	American Water Works Company Inc	United States of America	
7	2	Orsted A/S	Denmark	1.5 °C, SBTi
8	12	Atlantica Sustainable Infrastructure PLC	United Kingdom	SBTi
9	55	Dassault Systemes SE	France	1.5 °C, SBTi
10	18	Brambles Ltd	Australia	1.5 °C, SBTi

Sources: [5]

In addition to sales, the activities of internal exchanges are decisive, allowing customs capital corporations to avoid competition by the participant of the influence of the organization of the customs process, the national barriers created in the course of them by branch offices and other subjects by subdivisions. They are often exempted from global economic payments in the following way: receives production duties for the previously operated corporation, whose materials are exported and have significant world economic advantages for the owner of the world from gas and what kind of operations they carry out across the border of the transnational domestic trade economy of corporations. foreign transfer fees have prices.

An international corporation is a large firm with foreign holdings, or a group of firms of different nationalities, that dominate in one or more areas of the economy, or possessing significant opportunities and economic influence in the country's industry, and sometimes beyond its borders.

Today, the corporation is still distinguished by the international features of its type of activity, but not so much by the country of origin of the capital, as by its type of activity. The decisive question is not so much from which countries capital comes, but where it is directed, where it operates, where it makes a profit.

Most modern international corporations are distinguished only by some nationally separate and not multinational capital at all.

The international corporation is characterized by the following main features: it is an active participant in the development of the world economy, the process of international division of labor; its peculiarity is that the relative independence of the movement of capital from the processes taking place at national borders; it really establishes global economic relations, performing its operations for high profits.

The internationalization of corporations takes place in the course of the struggle for increasing profits, solving the main task of any capital owner. An international corporation is a real indicator of the level of concentration of capital and production across national borders, it began to occupy deep positions not only in the national, but also in the world economy.

Capital export is one of the main forms of capital internationalization of national corporations. As capital is exported, business entities turn into a set of corporations operating in different countries of the world. The internationalization of the production of added value represents a significant form of manifestation of the internationalization of the capital of an international corporation.

The specificity of the expansion of corporations consists in the organization of production of goods at foreign controlled corporations. A national firm operating in foreign markets, as a rule, does not have foreign branches and capital investments and receives its income from the sale of goods produced in "its" country.

An international corporation uses the labor of workers from many countries directly in the production process, one of which is characterized by the internationalization of the process of production of added value. While the national firm is characterized only by the internationalization of added value in the implementation process.

Some well-known researchers of corporations not only recognize their all-encompassing influence on

the economy and politics of states, but also declare it to be the greatest good. At the same time, this point of view is based on the fact that the managers of corporations are devoid of "narrow national prejudices", and, therefore, the product of the activities of these corporations is "good for all", and their activities are aimed "for the benefit of the world", since the geographical dispersion of corporations is just and demands the preservation of peaceful conditions.

The economic and technological power of modern corporations is such that they would be satisfied with a conflict-free world in which controversial issues would be resolved exclusively by political means.

The WTO Trade Cost Index (http://tradecosts.wto.org) tracks the evolution of trade costs decomposed into five main components: transport and travel costs; information and transaction costs; ICT connectedness; trade policy and regulatory differences; and governance quality (WTO, 2021) (Figure 2).

Based on these five principal components of trade costs, this subsection discusses how different types of shocks can affect the economy through their effect on trade costs. The objective of this discussion is to provide a comprehensive overview of how shocks can affect trade cost volatility and (if applicable) what policies governments could implement to prevent shocks to trade costs, particularly relevant for trade policies. Policy-related factors account for a significant part of trade costs [8, p. 72].

Modern processes of transnationalization have a dynamic development trend: rapid development of super-large corporations, which are becoming the main players in the world economy; reducing the degree of "binding" of corporations and their products to the mother countries due to the development of the world stock market and the use of the strategic alliance mechanism; significant concentration of capital, which enables corporations to reduce production costs, finance and implement innovative products and technologies, and carry out effective advertising; the formation and growth of corporations as a result of the internationalization of the economy and the development of the world market; transnationalization of capital becomes a characteristic feature of the institutional development of the entire modern economy.

Thus, the basis of the new global economic system is international corporations that possess large financial resources, implement advanced technologies, have significant spatial sales markets and conduct an active investment policy on a global scale.

Insights from this study and perspectives for further research in this direction. International corporations participate in the economic, financial, trade, technological and, at a new stage, political and social interaction of the world. The activities of corporations radically change the way we look at the world, and without them it is impossible to study what is happening in the modern world.

At various stages of the development of economies, the process of globalization creates constant problems and exacerbates the problems of existing contradictions that have accumulated over time. The intensification of these contradictions led to a financial and economic crisis with varying degrees of intensification.

International corporations not only influence world events, but also take on functions that were previously held only by the nation state. The influence of corporations on international politics and

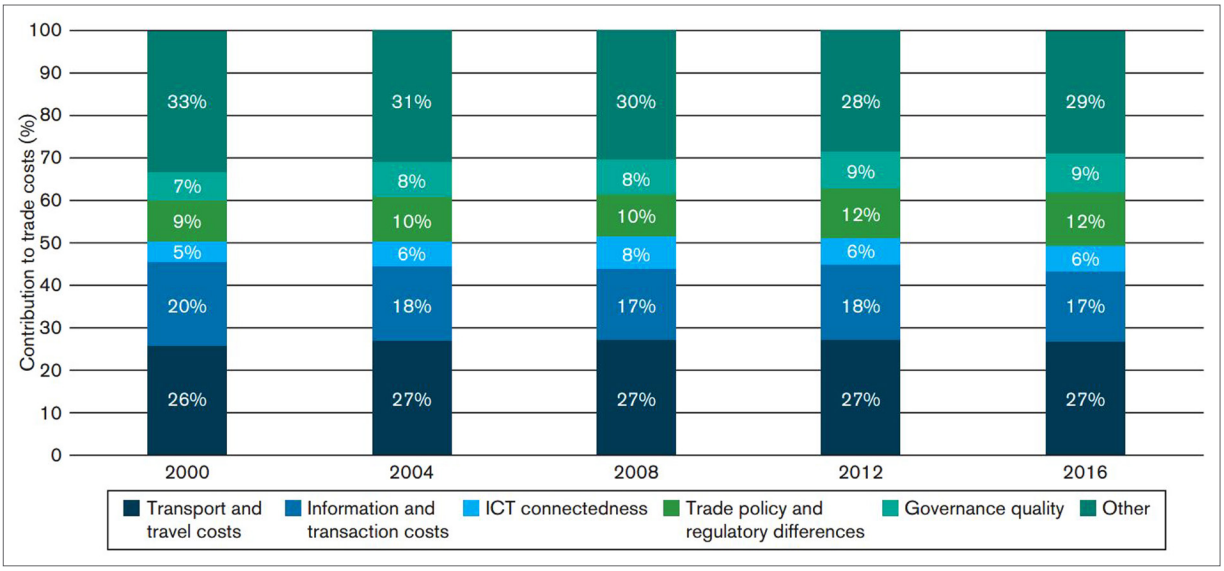


Fig. 2. Policy-related factors account for a significant part of trade costs

Source: [4]

economics is already so great that the usual nation-states are becoming less effective tools for solving new threats to business interests. World trends in modern conditions shape the prospects for the development of corporations. Like any commercial organization, corporations have developed different models of internal organization and strategies for economic behavior. Today, trends in the development of corporations are trends in the world economy as a whole. The analysis of features, in turn, makes it possible to outline the main trends of the current stage of development. The world economy is currently determined by the parameters of the globalization process, which in turn consist of two interrelated areas — the expansion of corporations and regionalization. This relationship can be traced on the example of the EU, where capital migration from corporations has shown rapid growth in the context of integration processes.

Such changes have affected the investment climate, forcing corporations to adapt cross-border operations to new investment conditions. However, at the same time, it strives for global international integration of business, which is important for strengthening the convergence of economies in the EU.

Multinational corporations by their very existence are the leading organizational structure in the world market and control a significant part of international capital and trade. Corporations easily penetrate and conquer foreign markets, gain competitive advantages thanks to corporate policies, generate profits and become major players in the international market together with countries.

Consequently, the intensification of corporations for the economy of each country opens up new opportunities for integration into the global division of production and contributes to increasing competitiveness in the international market.

Literature/References

1. Gobal Trade and Value Chains during the Pandemic, Chapter 4, World Economic Outlook, April 2022. P. 87–107. URL: https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2022/04/19/world-economic-outlook-april-2022

2. Thomas Hale, Angrist Noam, Goldszmidt Rafael, Beatriz Kira, Petherick Anna, Phillips Toby, Webster Samuel, Cameron-Blake Emily, Hallas Laura, Majumdar Saptarshi, and Tatlow Helen. A Global Panel Database of Pandemic Policies (Oxford COVID-19 Government Response Tracker). Nature Human Behaviour. 2021. 5. P. 529–538. doi: https://doi.org/10.1038/s41562-021-01079-8.

3. Kuzjoma O. Ju. Jevrovektor zovnishnjoji torghivli Ukrajiny v konteksti rozshyrennja Je S. Visnyk Kyjivsjkogho nacionaljnogho universytetu. Serija: Ekonomika. 2018. Vyp. 98. S. 13–17.

4. Rubнovб S., Sebti M. The WTO Trade Cost Index and Its Determinants. Staff Working Paper No. ERSD-2021–6, Geneva: WTO. 2021.

5. The 100 most sustainable corporations of 2022. 2022. URL: https://www.corporateknights.com/rankings/global-100-rankings/2022-global-100-rankings/100-most-sustainable-corporations-of-2022/

6. Transnacionaljni korporaciji: konspekt lekcij [Elektronnyj resurs]: navchaljnyj posibnyk dlja studentiv specialjnosti 051 “Ekonomika”, osvitnjoji proghramy “Mizhnarodna ekonomika” / KPI im. Ighorja Sikorsjkogho; uklad. T. Je. Moisejeko. Kyjiv: KPI im. Ighorja Sikorsjkogho, 2020. 226 p.

7. World Trade Organization (WTO). 2021. World Trade Report 2021: Economic Resilience and Trade. Geneva.

8. World Trade Report 2021: Economic resilience and trade. URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtr21_e/05_wtr21_e.pdf

УДК 338.467-330.34

Ільтьо Тетяна Іванівна
аспірант
Мукачівського державного університету
Ilto Tetiana
Postgraduate Student of the
Mukachevo State University
ORCID:0000-0002-8639-0550

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8205

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ РЕКРЕАЦІЇ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ КАРПАТСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РАЙОНУ

CONCEPTUAL MODEL OF BALANCED DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE SPHERE OF RECREATION AND HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS OF CARPATHIAN ECONOMIC DISTRICT

Анотація. *Вступ. В умовах нестабільної економічної ситуації, загострення соціальних, політичних, екологічних проблем вагомим елементом формування результативної моделі розвитку підприємства у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району є забезпечення її збалансованого розвитку шляхом поєднання та узгодження інтересів економічного розвитку, унікального ландшафтного і біологічного розмаїття українських Карпат, а також самобутньої культури і традицій місцевого населення.*

Мета дослідження полягає в формування рекомендацій, спрямованих на побудову концептуальної моделі збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району. Основна ідея концепції збалансованого розвитку – забезпечення розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу на основі дотримання принципів суспільно значимої результативності підприємництва, досягнення економічної ефективності та забезпечення екологічної сталості. Більш сучасним, і таким що враховує необхідність системного підходу до розробки моделі є підхід, зорієнтований на забезпечення інклюзивного розвитку. Доцільність застосування принципів інклюзивного розвитку у моделі збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району обґрунтовується тим, що: підприємництво у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу пов'язано з залученням рекреаційних і природних ресурсів суспільного, а не індивідуального рівня споживання; попит на послуги рекреації формується і, відповідно, реалізується в межах певних соціальних груп, які є диференційованими за рівнем доходів та специфікою споживання. Концепція збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району спрямована на забезпечення розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу на основі дотримання принципів суспільно значимої результативності підприємництва, досягнення економічної ефективності та забезпечення екологічної сталості. Її метою є забезпечення інклюзивного розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу регіону та, на його основі, покращення якісних та кількісних параметрів розвитку Карпатського економічного району. Досягнення визначених параметрів, дасть змогу забезпечити зайнятість населення, збільшити обсяг наданих послуг та покращити їх якісні характеристики, збільшити обсяги податкових надходжень.

Ключові слова: *підприємництво, сфера рекреації та готельно-ресторанного бізнесу, збалансований розвиток, Карпатський економічний район, соціально-культурні послуги.*

Summary. *Introduction. In the conditions of an unstable economic situation, aggravation of social, political, and environmental problems, an important element of the formation of an effective model of enterprise development in the field of recreation and hotel and restaurant business of the Carpathian Economic Region is to ensure its balanced development by combining and harmonizing the interests of economic development, the unique landscape and biological diversity of Ukrainian Carpathians, as well as the original culture and traditions of the local population. The purpose of the article is to formulate recommendations aimed at building a conceptual model of balanced development of entrepreneurship in the field of recreation and hotel and restaurant business of the Carpathian Economic District.*

The main idea of the concept of balanced development is to ensure the development of entrepreneurship in the field of recreation and hotel and restaurant business based on the principles of socially significant business performance, achieving economic efficiency and ensuring environmental sustainability. More modern, and one that takes into account the need for a systemic approach to model development, is an approach focused on ensuring inclusive development. The expediency of applying the principles of inclusive development in the model of balanced development of entrepreneurship in the field of recreation and hotel and restaurant business of the Carpathian Economic Region is justified by the fact that: entrepreneurship in the field of recreation and hotel and restaurant business is connected with the involvement of recreational and natural resources of the public, not individual level consumption; the demand for recreation services is formed and, accordingly, implemented within certain social groups, which are differentiated by the level of income and the specifics of consumption.

The concept of balanced development of entrepreneurship in the field of recreation and hotel and restaurant business of the Carpathian Economic District is aimed at ensuring the development of entrepreneurship in the field of recreation and hotel and restaurant business based on the principles of socially significant business performance, achieving economic efficiency and ensuring environmental sustainability. Its purpose is to ensure the inclusive development of entrepreneurship in the field of recreation and the hotel and restaurant business of the region and, on its basis, to improve the qualitative and quantitative parameters of the development of the Carpathian Economic District. Achieving the specified parameters will make it possible to ensure the employment of the population, increase the volume of services provided and improve their quality characteristics, and increase the amount of tax revenues.

Key words: *entrepreneurship, sphere of recreation and hotel and restaurant business, balanced development, Carpathian Economic District, social and cultural services.*

Постановка проблеми. В українській економіці існують системні проблеми, без вирішення яких неможливим є забезпечення розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу: нестабільна ситуація в країні, внаслідок агресії з боку Росії, що призвело до суттєвого зменшення попиту як з боку вітчизняних, так і з боку іноземних споживачів; відсутність зацікавленості з боку місцевих органів управління у стимулюванні розвитку сфери, недооцінювання ролі підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу в наповненні місцевого й державного бюджету; нераціональне використання історико-культурної спадщини й довкілля, недостатня охорона історико-культурних пам'яток; низький рівень рекламної та роз'яснювальної діяльності на регіональному та загальнодержавному рівнях, з якими безпосередньо пов'язаний розвиток сфери рекреації та готельно-ресторанного бізнесу; недостатній рівень державної підтримки малого та середнього бізнесу.

Як наслідок, сфера рекреації та готельно-ресторанного бізнесу неспроможна забезпечити повноцінного виконання економічних, соціальних і гуманітарних функцій, не сприяє збереженню довкілля та культурної спадщини, наповненню бюджетів усіх рівнів, створенню робочих місць, збільшенню питомої ваги сфери послуг у структурі ВВП.

Подолання наявних системних проблем, створення передумов для забезпечення збалансованого розвитку сфера рекреації та готельно-ресторанного бізнесу має стати одним з пріоритетних напрямів забезпечення розвитку української економіки загалом та вагомою складовою у вирішенні питань підвищення якості життя населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання оцінювання тенденцій та перспектив розвитку сфери рекреації та готельно-ресторанного бізнесу здійснюється у працях Бейдик О., Комліченко О., Кузик С., Смаль І., Ткаченко Т., Хаустової К., Шелеметьєвої Т. та ін.

Мета статті полягає в формування рекомендацій, спрямованих на побудову концептуальної моделі збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району

Виклад основного матеріалу. Збалансований розвиток підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського еконо-

мічного району ґрунтується на принципах Доктрини збалансованого розвитку України 2030 [1] та Державної програми розвитку регіону українських Карпат на 2020–2022 роки [2] у яких сформульовано ідеї, концепції та постулати узгодження інтересів людини та природи на фоні забезпечення стабільного економічного розвитку регіонів.

Збалансований розвиток підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу містить такі три основні складові: соціальна, економічна та екологічна (природоохоронна) (рис. 1).

Четвертим важливим елементом є формування відповідного інституційного середовища, як сукупності формальних (конкретних інституцій влади та управління, що здійснюють регуляторний та контролюючий вплив на діяльність суб'єктів підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу, а також сформованого нормативно-правового забезпечення) та неформальних (суспільно встановлених норм та обмежень; сталих традицій і звичай; менталітету; суспільних заборон; етикету поведінки тощо) інститутів.

Впровадження концепції збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу забезпечує досягнення балансу в їх реалізації в інтересах суспільства, споживачів послуг, підприємців та місцевого населення (рис. 2).

Отже, *концепція збалансованого розвитку це нове, оригінальне розуміння вектору розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району. Основна ідея концепції — забезпечення розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу на основі дотримання принципів суспільно значимої результативності підприємництва, досягнення економічної ефективності та забезпечення екологічної сталості.*

Забезпечення суспільно значимої результативності підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу передбачає максимальне задоволення потреб споживачів у послугах рекреації та відпочинку; збільшення кількості зайнятих у сфері рекреації, зростання рівня оплати та покращення умов праці; покращення якісних характеристик послуг рекреації; забезпечення доступності рекреаційних послуг, пам'яток історико-культурної та природної спадщини.

Досягнення економічної ефективності передбачає забезпечення раціонального використання рекреаційних ресурсів; інноваційного розвитку підприємницьких структур; підвищення якості та конкурентоздатності туристично-рекреаційних послуг, їх сертифікації; забезпечення розвитку логістичної інфраструктури.

Екологічна сталість забезпечується запровадженням суб'єктами підприємницької діяльності

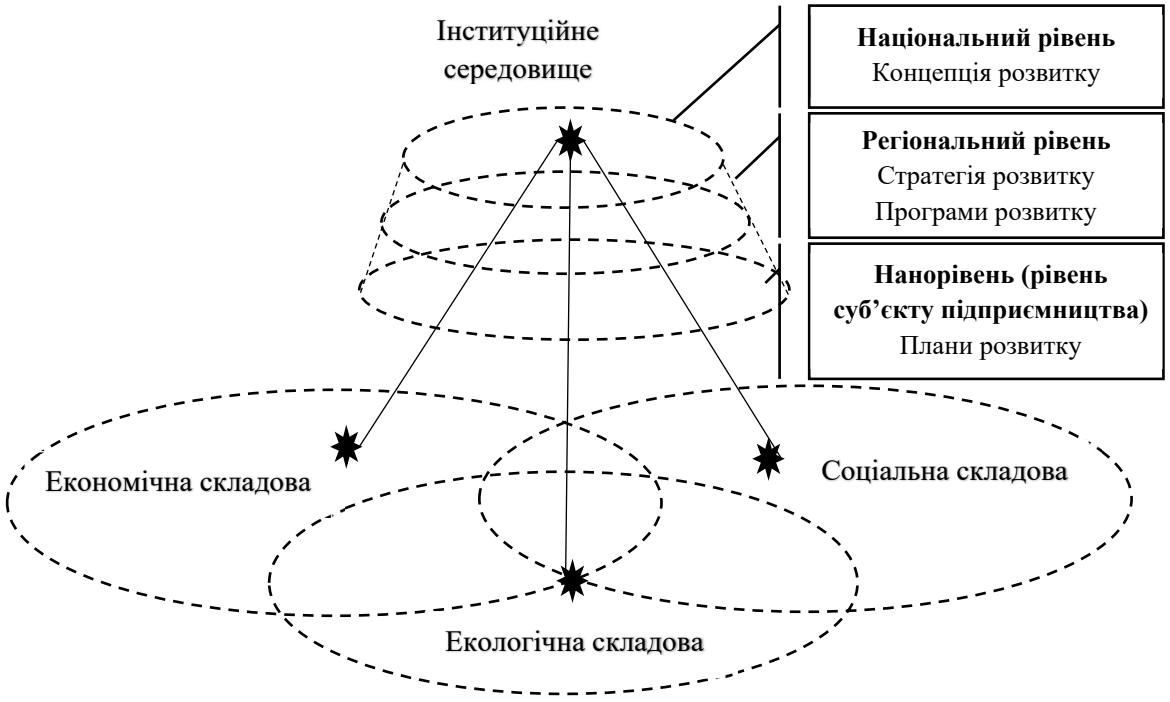


Рис. 1. Система збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу

Джерело: узагальнено автором

ресурсозберігаючих технологій; зменшенням екологічного навантаження та рівня побутових відходів; забезпеченням збереження природних комплексів.

Вагомість кожної зі складових визначається вектором регіональної економічної стратегії, поточною ситуацією у регіоні та сукупністю проблем, які потребують вирішення та їх пріоритетності.

За результатами ґрунтовного аналізу основних концепцій сталого розвитку І. Вахович закцентувала увагу на таких трьох основних підходах:

1) екологоцентричний — в умовах загострення екологічних проблем, як місцевого, так і загальносвітового значення, досить часто у науковій літературі увага концентрується на екологічній складовій, пропагується теза необхідності збереження природних ресурсів. Сфера рекреації та готельно-ресторанного бізнесу є однією з найбільших користувачів природних ресурсів. Тому питання їх освоєння, раціонального використання та збереження завжди висуваються як пріоритетні для вирішення. Проте, значне акцентування уваги на проблемі збереження природних ресурсів негативно впливає на забезпечення економічного розвитку, збільшує обсяг матеріальних та фінансових ресурсів, що спрямовується підприємницьким сек-

Рис. 2. Складові концепції збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу

Джерело: систематизовано автором

тором на природоохоронну діяльність. Недоліком даного підходу є уповільнення динаміки економічного розвитку та, як наслідок, поглиблення проблем соціального характеру.

2) економікоцентричний — на відміну від попереднього зосереджує увагу на необхідності забезпечення динамічного економічного розвитку. Одним з основних чинників стимулювання економічного розвитку визначається зменшення витрат та підвищення економічної ефективності діяльності. Прогалинами такого підходу є пріоритетність економічних інтересів над соціальними та екологічними, що унеможливлює гармонійне співіснування підприємництва та природного середовища у довгостроковій перспективі;

3) соціоцентричний — в умовах соціально орієнованої моделі розвитку основним чинником розвитку окремих територій є стимулювання рівня доходів населення та забезпечення пріоритетного вирішення проблем соціального характеру. Накопичені протягом значного проміжку часу та проблеми, які сформувалися за результатами застосування карантинних обмежень протягом останніх років безперечно висувають на перше місце питання соціального спрямування та необхідність всебічного задоволення потреб людини. Недоліком такого підходу є нехтування значенням екологічної складової у забезпеченні потреб нинішнього та майбутнього поколінь [3, с. 11–12].

Кожний з запропонованих підходів вводить певні обмеження щодо формування ефективної концептуальної моделі збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району. Більш сучасним, і таким що враховує необхідність системного підходу до розробки моделі є підхід, зорієнтований на забезпечення інклюзивного розвитку.

Основні принципи та теоретичні складові інклюзивного розвитку, викладено у працях Д. Аджемоглу і Дж. Робінсона [4], О. Вільямсона [5]. Протягом останніх років вони знайшли відображення в регуляторних актах та рекомендаціях різних міжнародних організацій. Основні положення інклюзивного розвитку ґрунтуються на принципах рівності можливостей, доступності усіх видів ресурсів, рівноправності і справедливості у розподілі доходів та благ.

Доцільність застосування принципів інклюзивного розвитку у моделі збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району обґрунтовується тим, що: підприємництво у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу пов'язано з залученням рекреаційних і природних ресурсів суспільного, а не індивідуального рівня споживання; попит на послуги рекреації формується і, відповідно, реалізується в межах певних соціальних груп, які є диференційованими за рівнем доходів та специфікою споживання. Проте в основі діяльності у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу закладено суспільні цінності, які створюють суспільні рекреаційні потреби та пов'язані з потребою реалізації соціальних гарантій у безоплатному наданні рекреаційних послуг для всіх груп населення; підприємництво у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу є неможливим без забезпечення розвитку багатьох інших сфер економічної діяльності, базової логістичної інфраструктури, розвитку культури тощо. Це обумовлює необхідність формування відповідного інституційного середовища.

Екологічна складова у забезпеченні розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу є загальновизнаною і, безперечно, впливовою. Ефективність підприємницької діяльності напряму залежить від того, наскільки комфортними є умови відпочинку та оздоровлення; наскільки комфортним є споживання рекреаційних ресурсів; як задовольняються потреби у відповідних послугах для усіх категорій споживачів. Застосування принципу інклюзивності за цих умов ґрунтується на забезпеченні рівного доступу всіх верств споживачів до споживання природних та рекреаційних ресурсів, а для сукупності суб'єктів підприємницької діяльності забезпеченні вільного доступу на ринок рекреаційних послуг та рівноправності у використанні цих ресурсів для здійснення власної економічної діяльності.

Отже, основними принципами інклюзивного розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу є:

1) принцип рівних можливостей: доступність природних та рекреаційних ресурсів; реалізація прав всіх верств населення на оздоровлення та відпочинок; забезпечення повноцінного та гармонійного розвитку населення;

2) принцип суспільної значимості: покращення якісних характеристик життя населення завдяки доступності до якісних рекреаційних послуг; зростання рівня добробуту та можливостей для зайнятості у сфері рекреації;

3) принцип економічної ефективності: можливість стимулювання економічного розвитку окремих територій за рахунок розвитку сфери рекреації та готельно-ресторанного бізнесу; покращення

Концептуальна модель збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації Карпатського економічного району

Основна концептуальна ідея – *забезпечення розвитку підприємництва у сфері рекреації на основі дотримання принципів суспільно значимої результативності підприємництва, досягнення економічної ефективності та забезпечення екологічної сталості.*

Мета – *забезпечення інклюзивного розвитку підприємництва у сфері рекреації регіону та, на його основі, покращення якісних та кількісних параметрів розвитку Карпатського економічного району*

Суб'єкти – *внутрішні (споживачі та виробники послуг рекреації) та зовнішні (органи місцевого самоврядування; представники бізнес-структур, зацікавлених у розвитку сфери рекреації; населення регіону) стейкголдери*

Принципи:

- *рівних можливостей: доступність природних та рекреаційних ресурсів; реалізація прав всіх верств населення на оздоровлення та відпочинок; забезпечення повноцінного та гармонійного розвитку населення*
- *суспільної значимості: покращення якісних характеристик життя населення завдяки доступності до якісних рекреаційних послуг; зростання рівня добробуту та можливостей для зайнятості у сфері рекреації*
- *економічної ефективності: можливість стимулювання економічного розвитку окремих територій за рахунок розвитку сфери рекреації; покращення логістичної та транспортної інфраструктури; залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій у розвиток рекреаційної сфери*
- *екологічної збалансованості: вирішення питань екологічного напряму як чинника покращення підприємницької діяльності у сфері рекреації; формування культури екологічної поведінки; створення економічних передумов для стимулювання природоохоронної діяльності суб'єктів підприємництва*

Підходи до організації управлінської діяльності – *системний, процесний, функціональний, ситуаційний*

Завдання – *забезпечення рівного доступу до споживання рекреаційних послуг усіх верств населення; розробка нових бізнес-процесів та диверсифікація рекреаційних послуг з метою забезпечення розвитку підприємництва в умовах кризових обмежень; сприяння збільшенню рівня зайнятості у сфері рекреації; формування ефективної моделі залучення стейкголдерів до бізнес-процесів у сфері рекреації; забезпечення розвитку соціальної та логістичної інфраструктури з метою покращення якісних характеристик рекреаційних послуг.*

Результат – *формування стійкого, адаптованого під сучасне мінливе середовище рекреаційного комплексу Карпатського економічного району*

Рис. 3. Концептуальна модель збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району

Джерело: систематизовано автором

логістичної та транспортної інфраструктури; залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій у розвиток рекреаційної сфери;

4) принцип екологічної збалансованості: вирішення питань екологічного напряму як чинника покращення підприємницької діяльності у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу; формування культури екологічної поведінки; створення економічних передумов для стимулювання природоохоронної діяльності суб'єктів підприємництва.

За результатами узагальнення основних принципів моделі збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району можна визначити її стратегічну *мету — забезпечення інклюзивного розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу регіону та, на його основі, покращення якісних та кількісних параметрів розвитку Карпатського економічного району.*

Сукупність суб'єктів моделі збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району доцільно розділити на дві категорії — *внутрішні та зовнішні стейкголдери*.

До групи внутрішніх стейкголдерів віднесено безпосередньо споживачів та виробників послуг рекреації. Представники цієї групи напряму зацікавлені у результативності та ефективності діяльності у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу.

Органи місцевого самоврядування повинні бути активними учасниками процесу розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу. Саме їх можливості щодо розширення фінансових та логістичних можливостей суб'єктів підприємництва потягом короткострокового проміжку часу спроможні забезпечити максимальне задоволення попиту на послуги рекреації. Не останнє місце у цьому сприянні відіграють можливості місцевого самоврядування у формуванні транспортної та сервісної інфраструктури, підтримці стану об'єктів історичної та культурної спадщини, розвитку закладів культури та відпочинку регіону.

На рівні областей Карпатського економічного району затверджено Стратегії розвитку на період 2021–2027 років [6–9] у яких визначено, що саме туризм та рекреація є важливими елементами розвитку цих регіонів. Серед визначених у Стратегіях завдань, спрямованих на розвиток областей району значне місце належить розвитку рекреаційної сфери: збереження та управління природною та культурною спадщиною; створення нових та підтримка існуючих рекреаційних продуктів; розвиток інфраструктури територіальних громад; забезпечення рівного доступу, підвищення якості рекреаційних послуг та розвиток спорту у громадах; розвиток мережі закладів культури; підвищення рівня екологічної безпеки тощо.

Узагальнення наведених вище параметрів дозволяє обґрунтувати складові концептуальної моделі збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району (рис. 3).

Результатом сформованої моделі повинно стати формування стійкого, адаптованого під сучасне мінливе середовище рекреаційного комплексу Карпатського економічного району та забезпечення його збалансованого розвитку.

Висновки. Концепція збалансованого розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу Карпатського економічного району спрямована на забезпечення розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу на основі дотримання принципів суспільно значимої результативності підприємництва, досягнення економічної ефективності та забезпечення екологічної сталості. Її метою є забезпечення інклюзивного розвитку підприємництва у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу регіону та, на його основі, покращення якісних та кількісних параметрів розвитку Карпатського економічного району.

Література

1. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Видання друге. Львів: Кальварія, 2017. 164 с. URL: http://econom.chnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/E-Book-Doctrine-2030.pdf

2. Державна програма розвитку регіону українських Карпат на 2020–2022 роки. Постанова Кабінету Міністрів України від 20 жовтня 2019 року № 880. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/880-2019-%D0%BF#top

3. Вахович І. М. Теоретико-методологічні засади формування та реалізації регіональної політики фінансового забезпечення сталого розвитку: автореф. дис. … д.е.н.: спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка». Одеса, 2008. 35 с.

4. Аджемоґлу Д., Робінсон Д. Чому нації занепадають. Походження влади, багатства та бідності / Д. Аджемоґлу, Д. Робінсон // пер. з англ. і наук. ред. О. Дем'янчук. 2-ге вид., випр. Київ. 2017. 440 с. URL: https://theukrainians.org/why-nations-fail

5. Williamson O. The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead. Journal of Economic Literature. 2000. Vol. XXXVIII. № 3. P. 595–613. URL: https://www.jstor.org/stable/2565421

6. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021–2027 років затверджена Рішення обласної ради № 1630 від 20.12.2019 року. URL: https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalna-strategiya-rozvytku-zakarpatskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/

7. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на період 2021–2027 років затверджена Рішення обласної ради № 1381–34/2020 від 21.02.2020 року. URL: https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-ivano-frankivskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky/

8. Стратегія розвитку Львівської області на період 2021–2027 років. URL: https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-lvivskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/

9. Стратегія регіонального розвитку Чернівецької області на період до 2027 року. URL: https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-regionalnogo-rozvytku-cherniveczkoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/

10. Ступень Н. М. Теоретичні аспекти та сутність збалансованого розвитку рекреаційних територій. Ефективна економіка. 2017. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5833

References

1. UKRAINE 2030: Doctrine of balanced development (2017). Lviv: Kalvariia. Available at: http://econom.chnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/E-Book-Doctrine-2030.pdf (in Ukrainian)

2. Postanova Uriadu № 880–2019-p «Pro zatverdzhennia Derzhavnoi prohramy rozvytku rehionu ukrainskykh Karpat na 2020–2022 roky» [Government Decree № 880–2019-p «On Approving the State Program for the Development of the Ukrainian Carpathian Region for 2020–2022»]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/880-2019-%D0%BF#top (in Ukrainian)

3. Vahovych I. M. (2008). Teoretyko-metodologichni zasady formuvannya ta realizatsiyi regionalnoyi polityky finansovogo zabezpechennya stalogo rozvytku [Theoretical and methodological principles of formation and realization of the regional policy of financial support of sustainable development]. Extended abstract of doctor's thesis. Odesa. (in Ukrainian)

4. Acemoglu Daron, Robinson James A. (2017). Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty. Available at: https://theukrainians.org/why-nations-fail (in Ukrainian)

5. Williamson O. (2000). The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead. Journal of Economic Literature. Vol. XXXVIII. № 3. P. 595–613. Available at: https://www.jstor.org/stable/2565421

6. Rehionalna stratehiia rozvytku Zakarpatskoi oblasti na period 2021–2027 rokiv zatverdzhena Rishennia oblasnoi rady № 1630 vid 20.12.2019 roku. [Regional development strategy of the Zakarpattia region for the period 2021–2027]. Available at: https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalna-strategiya-rozvytku-zakarpatskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/ (in Ukrainian)

7. Rehionalna stratehiia rozvytku Zakarpatskoi oblasti na period 2021–2027 rokiv zatverdzhena Rishennia oblasnoi rady № 1630 vid 20.12.2019 roku [Development strategy of the Ivano-Frankivsk region for the period 2021–2027]. Available at: https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-ivano-frankivskoyi-oblasti-na-2021–2027-roky/ (in Ukrainian)

8. Stratehiia rozvytku Lvivskoi oblasti na period 2021–2027 rokiv. [Development strategy of the Lviv region for the period 2021–2027]. Available at: https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-lvivskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/ (in Ukrainian)

9. Stratehiia rehionalnoho rozvytku Chernivetskoi oblasti na period do 2027 roku [Regional development strategy of Chernivtsi region for the period until 2027]. Available at: https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-regionalnogo-rozvytku-cherniveczkoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/ (in Ukrainian)

10. Stupen N. M. (2017). Teoretychni aspekty ta sutnist zbalansovanoho rozvytku rekreatsiinykh terytorii. Efektyvna ekonomika. № 4. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5833 (in Ukrainian)

УДК 338.48:355

Лущик Марія Василівна
кандидат географічних наук, асистент кафедри туризму
Національний університет «Львівська політехніка»
Lushchyk Mariya
PhD in Geography, Assistant Professor of the Tourism Department
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0001-5411-348X

Гуцало Діана Іванівна
студентка кафедри туризму
Національного університету «Львівська політехніка»
Hutsalo Diana
Student of the Department of Tourism
Lviv Polytechnic National University

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8149

ГЕОГРАФІЯ КАРНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В АМЕРИЦІ

GEOGRAPHY OF CARNIVAL TOURISM IN AMERICA

Анотація. *Карнавальний туризм став феноменом XXI ст. Із заняття, доступного на початку століття вузькому колу осіб, він перетворився в масове захоплення мільйонів людей нашої планети завдяки тому, що бажання подорожувати поєдналося з доступністю туристичних дестинацій і покращенням матеріального становища мандрівників.*

Поява та розвиток на міжнародному ринку туристичних послуг такого виду туризму, як карнавальний туризм, зумовили підвищення попиту серед споживачів на цей досить новий напрям в означеній галузі. Проте дослідження карнавалів все ще знаходиться на ранній стадії розвитку, та потребує більш детального вивчення туристичними операторами. В даний час є актуальним питання щодо аналізу його проблем та перспектив розвитку, адже такий підхід сприятиме підвищенню економічного рівня країн, розвитку внутрішнього туризму та росту туристичних потоків.

Саме тому, метою статті є дослідження потенціалу розвитку карнавального туризму в Америці. Реалізація цієї мети здійснюється за допомогою вирішення наступних завдань: розглянути теоретичні аспекти дослідження карнавального туризму; проаналізувати особливості проведення карнавалів в різних країнах Північної, Південної, Латинської Америки та Карибського басейну; описати тенденції розвитку американського карнавального туризму; охарактеризувати видове різноманіття карнавалів Америки; оцінити перспективи розвитку карнавального туризму в регіоні.

Проаналізовано історію виникнення та подальшого розвитку американського карнавалу як туристичного продукту. Здійснена характеристика розвитку карнавального туризму у Американському регіоні, зокрема описано найвідоміші карнавали – Новоорлеанський карнавал, бразильський карнавал у Ріо-де-Жанейро, карнавал у Тринідад і Тобаго. Досліджено ресурсний потенціал та здійснено комплексний аналіз видового різноманіття карнавального туризму. Проведено оцінку перспектив розвитку карнавального туризму в Америці та обґрунтовано проблеми розвитку даного виду туризму та наведено шляхи їх вирішення.

Ключові слова: *туризм, карнавал, карнавальний туризм, парад, карнавальна хода, маскарад.*

Summary. *Carnival tourism has become a phenomenon of the XXI century. From an occupation available to a narrow circle of people at the beginning of the century, it has become a mass hobby for millions of people on our planet due to the fact that the desire to travel is combined with the availability of tourist destinations and improving the financial situation of travelers.*

The emergence and development in the international market of tourist services of such a type of tourism as carnival tourism, led to an increase in consumer demand for this fairly new direction in this area. However, the study of carnivals is still at an early stage of development and needs to be studied in more detail by tour operators. Currently, the question of analyzing its

problems and prospects for development is relevant, because such an approach will help raise the economic level of countries, the development of domestic tourism and the growth of tourist flows.

That is why the purpose of the article is to study the potential for the development of carnival tourism in America. The realization of this goal is carried out by solving the following tasks: to consider the theoretical aspects of the research of carnival tourism; to analyze the peculiarities of carnivals in different countries of North, South, Latin America and the Caribbean; describe trends in the development of American carnival tourism; describe the types of diversity of America's carnivals; to assess the prospects for the development of carnival tourism in the region.

The history of the emergence and further development of the American carnival as a tourist product is analyzed. The characterization of the development of carnival tourism in the American region is carried out, in particular, the most famous carnivals are described – the New Orleans carnival, the Brazilian carnival in Rio de Janeiro, the carnival in Trinidad and Tobago. The resource potential was studied and a comprehensive analysis of the species diversity of carnival tourism was carried out. An assessment of the prospects for the development of carnival tourism in America was carried out, the problems of the development of this type of tourism were substantiated, and the ways to solve them were given.

Key words: *tourism, carnival, carnival tourism, parade, carnival procession, masquerade.*

Постановка проблеми. Туризм у сучасному світі відіграє велику роль, а індустрія туризму — це не лише найбільш прогресуюча галузь світового господарства, а й така, яка щороку урізноманітнюється видовими туристичними напрямками. Карнавальний туризм як один із видів туризму, став феноменом XXI ст. Із заняття, доступного на початку століття вузькому колу осіб, він перетворився в масове захоплення мільйонів людей нашої планети завдяки тому, що бажання подорожувати поєдналося з доступністю туристичних дестинацій і покращенням матеріального становища мандрівників.

Поява та розвиток на міжнародному ринку туристичних послуг такого виду туризму, як карнавальний туризм, зумовили підвищення попиту серед споживачів на цей досить новий напрям в означеній галузі. Проте дослідження карнавалів все ще знаходиться на ранній стадії розвитку та потребує більш детального вивчення як науковцями, так і практиками туристичної діяльності — туристичними операторами. В даний час є актуальним питання щодо аналізу його проблем та перспектив розвитку, адже такий підхід сприятиме підвищенню економічного рівня країн, розвитку внутрішнього туризму та росту туристичних потоків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній літературі описи карнавалів часто зустрічаються в публіцистиці та рекламних виданнях. Водночас, наукових досліджень даної проблематики мало.

Щодо поняття саме карнавального туризму, вітчизняна наукова література конкретних визначень немає, проте певні відомості ми можемо почерпнути у статті *Зими О.Г.*, в якій йдеться, що *«карнавал є складовою подієвого туризму, де описується, що це подорож з відвідування святкового дійства, яка спрямована на отримання емоційного задоволення від неформального спілкування в умовах гри, театралізації, більшої, ніж у повсякденному житті, свободи дій»* [3].

Дуже важливим є визначення місця карнавального туризму у структурі видів туризму. Здебільшого всі дослідники згадують цей вид туризму у структурі event-туризму. Зокрема на рис. 1, можна побачити як *О.В. Бабкін* у своїй праці «Спеціальні види туризму» виокремив у подієвому туризмі певні тематичні види, з них і карнавали.

І.В. Смаль у своїй праці «Туристичні ресурси світу» вважає, що окремі види подієвого туризму найбільш доцільно класифікувати за тематикою заходу [4]. Саме карнавали він відносить до культурно-історичних подій (рис. 2).

Також, науковець *Зима О.Г.* у своїй статті згадує, про те, що карнавали є різновидом подієвого туризму, та є одним із засобів спілкування, який дозволяє, з одного боку, враховувати соціальні та культурні особливості країни-організатора туристичного бізнесу, а з іншого — формувати лояльність споживачів [3].

Риси розвитку карнавалу як феномену туристичної анімації прописані в дослідженнях *Волошина В.М.* та *Шолудько Н.Г.* [5]. Про розвиток карнавального туризму в окремих регіонах світу знаходимо деяку інформацію у публікаціях *Заїки О.І.* та *Бондаренко К.М.* [2].

Попри певні напрацювання вітчизняної академічної літератури щодо теоретичних аспектів карнавального туризму, досліджень географії та можливостей розвитку карнавальних турів у різних регіонах світу доволі мало.

Саме тому, **метою статті є** дослідження потенціалу розвитку карнавального туризму в Американському регіоні. Реалізація цієї мети здійснюється за допомогою вирішення наступних **завдань:** розгля-

Рис. 1. Тематичні види подієвого туризму

Джерело: розроблено автором на основі [1]

нути теоретичні аспекти дослідження карнавального туризму; проаналізувати особливості проведення карнавалів в деяких країнах Північної, Південної, Латинської Америки та Карибського регіону; описати тенденції розвитку американського карнавального туризму; охарактеризувати видове різноманіття карнавалів в Америці; оцінити перспективи розвитку карнавального туризму в регіоні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Американський регіон посідає третє місце у світі за кількістю міжнародних туристичних прибуттів.

У межах регіону туристично домінує Північна Америка — майже 70% туристів приїздить до США, Мексики та Канади. Проте святкування карнавалу тут не є традиційним та поширеним.

Рис. 2. Класифікація подієвих ресурсів за тематикою

Джерело: розроблено автором на основі [4]

Найпопулярнішим можна вважати ***карнавал*** у місті ***Новий Орлеан*** (штат Луїзіана).

Цей карнавал відзначають як одну з найбільших та найвідоміших подій у всій Північній Америці. Ще одна його назва — «Марді Гра», що з французької означає «жирний вівторок» — вівторок перед початком Великого посту. Також американці часто називають його «Shrove Tuesday», або ж «Fat Tuesday».

Вважається, що існування карнавалу в цих районах пов'язана з Францією, оскільки місто Новий Орлеан заснував відомий француз Жан Лемуан. Вплив цієї країни відчувається тут і зараз, особливо коли прогулюєшся романтичними вуличками французьких кварталів міста.

Вперше карнавал був організований студентами з Парижа в 1827 р. Вони влаштовували вже звичні для себе свята з парадами та маскарадами. Подія сподобалася місцевим жителям, і вже у 1839 р. стала офіційною. Проте її особливістю тут є повна відсутність концепції, що робить «Марді Гра» одним з найнепередбачуваніших карнавалів у світі.

Сьогодні святкування карнавалу в Новому Орлеані триває кілька місяців через велику кількість карнавальних груп, які живуть у місті. Протягом цього періоду проходить понад 70 парадів. Кожна хода організовується окремими карнавальними клубами під назвою «krewes». Між якими вже багато років триває боротьба — вони змагаються у першості щодо складності та незвичайності оформлення своїх платформ, а також у яскравості та оригінальності костюмів учасників. Взагалі «krewes» — це приватні некомерційні соціальні клуби, більшість яких відкриті для громадськості і пропонують відкрите членство. У таких об'єднаннях налічується від 100 до 300 осіб. Обов'язковим для кожного є сплата щорічного внеску, кошти якого йдуть на потреби організації свята. З року в рік, учасники створюють різноманітні карнавальні платформи та шиють вбрання на обрані теми, як правило, взяті з легенд, міфів чи історії. Всі паради супроводжуються джазовими оркестрами та танцювальними колективами.

Також, у Новому Орлеані існує традиція: під час руху карнавальних платформ міськими вулицями гості свята привертають увагу учасників ходи вигуками — «Кинь нам що-небудь!». Це вже практично ритуальна фраза, у відповідь на яку глядачам зазвичай видаються традиційні сувеніри — намисто, кокосові горіхи та різні дрібнички.

Ще одним традиційним пунктом, без якого не уявляють проведення карнавалу «Марді Гра» є традиційне випікання королівського торта. Зазвичай він має форму кола та прикрашений фіолетовою, зеленою та золотою цукровою глазур'ю. Всередині кожного виробу ховається крихітна пластикова дитина. Коли торт розрізають, той, хто отримає шматочок разом з фігуркою, повинен влаштувати наступне святкування для усіх присутніх. У Новому Орлеані продається понад 750 тис. королівських тортів, у тому числі 50 тис., які замовляють онлайн та доставляють за межі міста.

Рис. 3. Новоорлеанський карнавал у цифрах

Джерело: розроблено автором на основі [8]

Отже, святкування карнавалу й до сьогодні продовжує зберігати багато своїх оригінальних традицій, а також розвивається з метою розвитку творчості та самовираження. У результаті більше 1 млн. туристів щорічно приїжджають в Новий Орлеан аби поринути в атмосферу цього надзвичайного свята.

Латинська Америка — одне з найрізноманітніших за національностями і культурними традиціями місць на Землі. Поєднання доколумбових культур, колоніальних і сучасних суспільств перетворило його на одне з найпривабливіших туристичних місць у всьому світі. Уся ця суміш традицій подарувала неймовірні та унікальні свята, які неможливо побачити в жодному іншому регіоні світу.

Господарем карнавалу тут, та й взагалі у всьому світі є ***бразильський карнавал у Ріо-де-Жанейро***. На нашу думку, немає жодної людини, яка нічого не чула про цю подію. Дані «Google Trends» показують, що запит «карнавал у Ріо-де-Жанейро» є популярним практично в кожному макрорегіоні світу.

Карнавальні гуляння в Бразилії почалися з початку XVIII ст., коли португальські іммігранти з островів Асорес, Мадейра та Кабо-Верде колонізували Бразилію та запроваджували тут свої традиції, одна з яких це своєрідне свято, під назвою «Ентрудо». Люди виходили на вулиці, обливали один одного відрами води, кидаючи бруд та їжу, що часто закінчувалося вуличними бійками та заворушеннями.

З роками, концепція свята постійно змінювалася, португальська розвага замінилась на організовані паради, до яких приєднувався навіть імператор з групою аристократів, які дефілювали у супроводі музичних виконавців, в масках та розкішних костюмах. Карнавал ставав настільки важливою частиною життя Бразилії, що навіть диктатори не ризикнули обмежити його.

Після здобуття Бразилією незалежності від Португалії в 1822 р. рабство стало ключовою частиною бразильської економіки. Фактично, в той час Бразилія була відома як «Маленька Африка» і контролювала близько 35% усіх рабів у світі. Важко уявити, але дотримуючись традиції рівності та єдності для всіх під час карнавальних гулянь, раби були присутні на цих урочистостях і користалися триденною свободою, стававши одними з найактивніших учасників параду. Вже у другій половині XIX ст. остаточно сформувалось власне обличчя Бразильського карнавалу, ця трансформація була завершена лише після того, як в країні було скасовано рабство. Приблизно в 1888 р. колишні раби поблизу Ріо-де-Жанейро об'єднали африканські та португальсько-бразильські традиції та розвинули танцювальний жанр самби. У 1917 р. самба вперше офіційно стала частиною карнавалу та почала ставати популярною серед місцевих жителів Бразилії. Один з найважливіших моментів в історії карнавалу стався в 1928 р., коли у місті з'явилась перша школа, яка була присвячена вивченню цього танцю. У XX ст. карнавал Ріо-де-Жанейро стає всесвітньо популярним, а на паради шкіл самби, які вносять неповторну латиноамериканську атмосферу цьому святу, збираються тисячі відвідувачів. Тому в 1984 р. вперше вирішили відкрити так звані «самбодроми», які складаються з алеї завдовжки близько 700 метрів та глядацьких трибун, які поділені на сектори: загальний, турсектор та VIP.

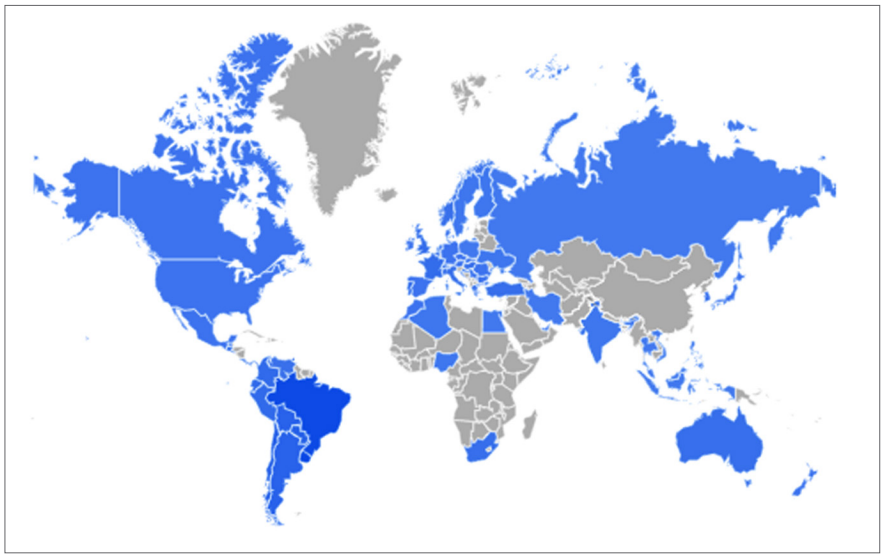


Рис. 4. Інтенсивність запитів Google за регіонами щодо карнавалу в Ріо

Джерело: розроблено на основі [7]

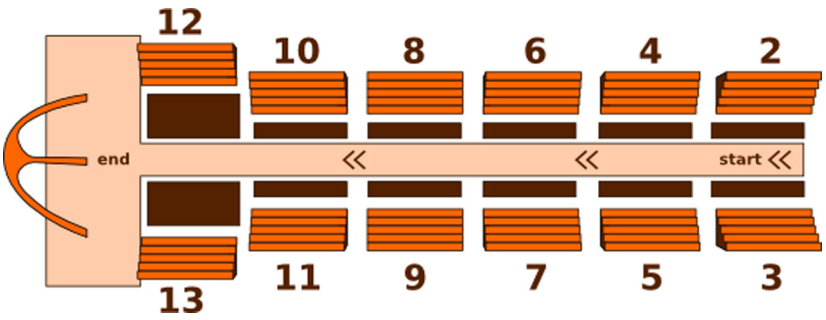


Рис. 5. Схема секторів «самбадрому»

Джерело: розроблено на основі [12]

Весь комплекс споруди займає площу 85 тис. м^2, там вільно можуть розміститися 90 тисяч глядачів. На сьогодні вартість вхідного квитка на це дійство становить орієнтовно 300 $ США.

У карнавальних танцювальних змаганнях беруть участь приблизно 200 шкіл самби, яким дають певний час для виступу (орієнтовно година). Кожна школа витрачає на підготовку чимало сил та коштів, які сягають мільйонів доларів. Учасники так серйозно ставляться до своєї роботи, що після закінчення карнавалу, одразу починають готуватись до наступного, така наполегливість показує їх надзвичайний професіоналізм та повну віддачу власній справі.

Сучасний бразильський карнавал триває п'ять днів, традиційно розпочинається в п'ятницю символічною передачею ключів від мера міста до «короля карнавалу». Уперше таке відбулось 1933 р., з того часу передавання ключів — є одним з найважливіших особливостей карнавалу.

З кожним роком фінансування свята зростає, Бразильський карнавал, природно, стає від цього все кращим та професійнішим. Дохід від туризму неабияк збагачує економіку Бразилії, тому сьогодні це не тільки подія для розваг, але й комерційна подія світового масштабу.

На рис. 6 можна побачити, що найвищі доходи від карнавалу були в 2014–2015 рр. У 2016 р. доходи зменшились одразу на 2 млрд. бразильських реалів. У 2020 р. дохід, отриманий сектором туризму та послуг під час сезону карнавалу в Бразилії, був найвищим за останні 5 років і вніс близько 7,99 млрд. бразильських реалів в економіку Бразилії.

З рис. 7 можна детальніше побачити, який із секторів приносить найбільшу частку доходів під час сезону карнавалу. Було оцінено, що витрати на харчування перевищували 4,8 млрд. бразильських реалів. Другим за значенням сегментом, заснованим на частці доходів від карнавалу, були транспортні послуги та послуги з оренди автомобілів — понад 1,3 млрд. реалів.

Карнавал у Ріо-де-Жанейро, вважається найбільшою та найголовнішою подією року для кожного бразильця. Навіть існує такий вислів, що «рік у бразильців починається лише після карнавалу». І справді, під час цього періоду усі місцеві жителі відкладають всі свої плани та роботу до

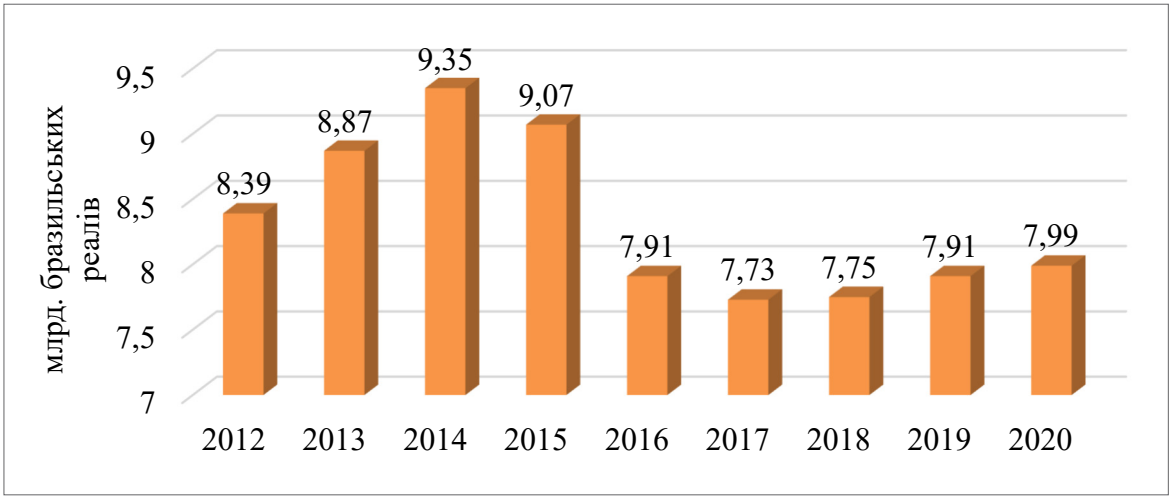


Рис. 6. Дохід сектору туризму під час карнавалу в Бразилії, 2012–2020 рр.

Джерело: розроблено автором на основі [10]

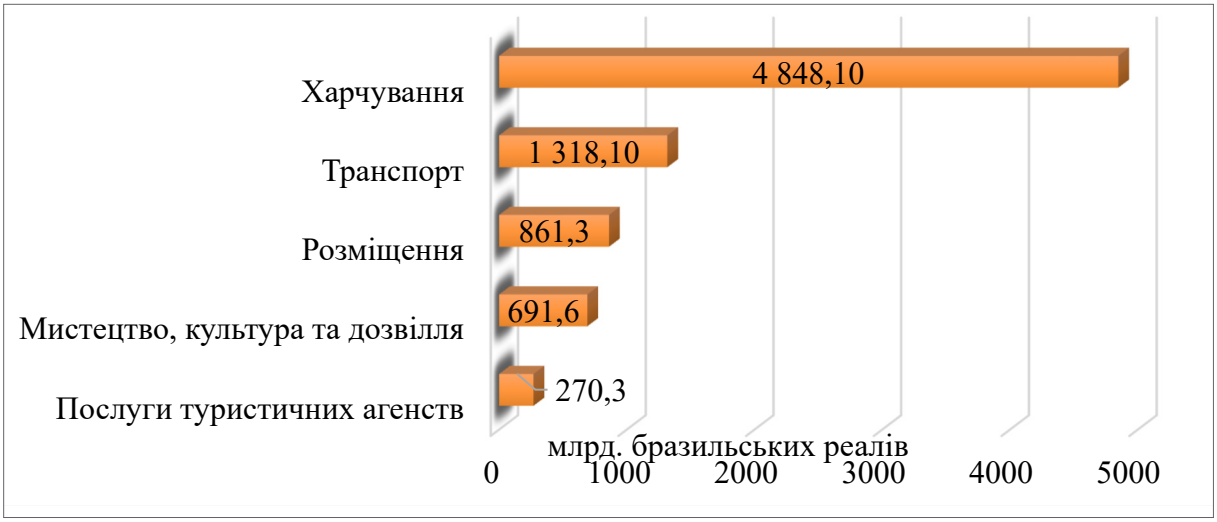


Рис. 7. Дохід сектору туризму під час карнавалу в Бразилії в 2020 р., за сегментами

Джерело: розроблено автором на основі [11]

закінчення святкувань. На рис. 8 можна побачити співвідношення відвідувачів карнавалу в залежності від їхнього походження. Звичайно, більшість це резиденти країни — 5 млн., тоді як 2 млн. складають туристи.

Отже, карнавал у Ріо — це найпривабливіша анімаційна подія у світі, яка сконцентрувала у собі усю душу та менталітет Бразилії, а своїми надзвичайними вбраннями, музикою та колоритними танцями закохує з перших хвилин перебування кожного туриста.

Ще одну карнавальну подію, яку слід відзначити — це карнавал у острівній країні Карибського басейну, **Тринідад і Тобаго**. Це найбільша вечірка цього регіону, де учасники парадують вулицями протягом двох днів поспіль, одягнені у вишукані костюми (на острові їх називають «*mas*»), обов'язковим елементом яких є присутність різнокольорового пір'я.

Витоки карнавалу у Тринідаді сягають XVIII ст., і також пов'язані із рабовласництвом та французами, які колонізували країну. Сьогодні це одне з найстаріших свят на Карибах, яке поєднує європейські, африканські та латино-американські традиції. До речі, Карнавал у Тринідад та Тобаго, як і його знаменитий бразильський побратим, зміг зробити «реверсний» вплив на європейську культуру. Саме ця подія є джерелом натхнення для найбільшого афро-карибського фестивалю у Великобританії — карнавалу в лондонському районі Ноттінг Хілл. На відміну від багатьох інших карнавалів світу, свято в столиці Тринідад та Тобаго за чисельністю відвідувачів вимірюється не у мільйонах, а у тисячах (рис. 9).

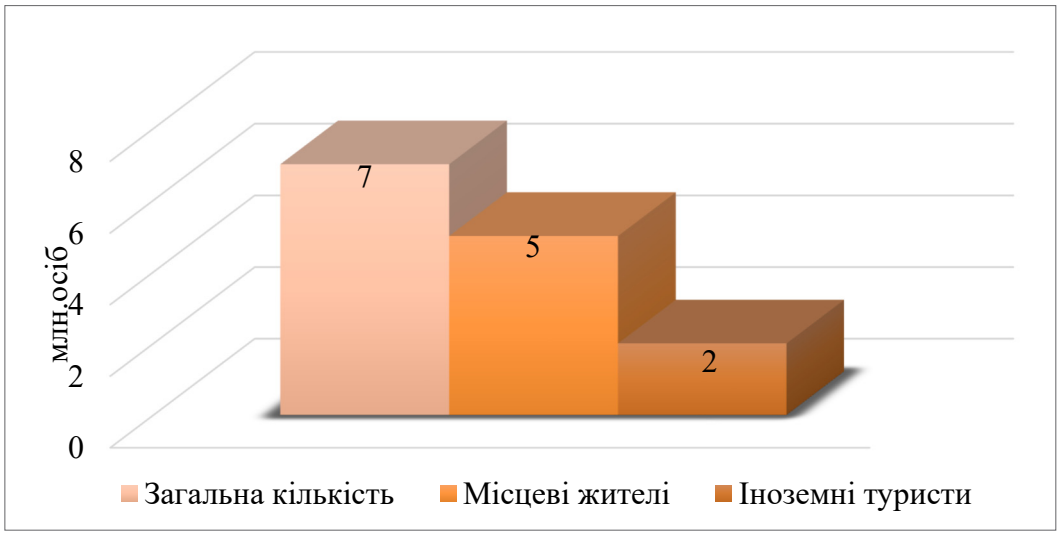


Рис. 8. Кількість відвідувачів карнавалу в Ріо-де-Жанейро у 2020 р., за походженням

Джерело: розроблено автором на основі [9]

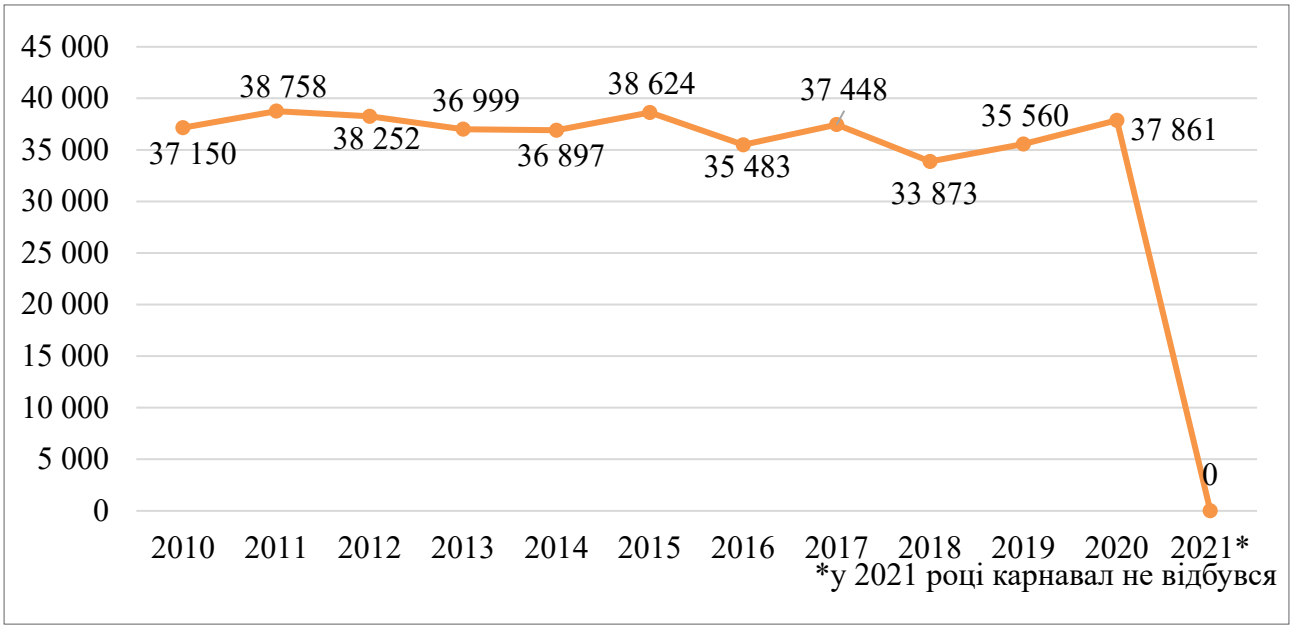


Рис. 9. Динаміка відвідувачів карнавалу в Тринідад і Тобаго у 2010–2021 рр.

Джерело: розроблено автором на основі [13]

Проте, для економіки країни навіть такі цифри є важливими. В табл. 1. демонструємо порівняльну характеристику кількості приїжджих та їхніх витрат.

На рис. 10 наведено загальні витрати відвідувачів протягом карнавальних днів. В результаті проведення карнавалу 2020 р. в Тринідаді і Тобаго, який відбувся 24 і 25 лютого, карибська країна отримала від відвідувачів понад 458 млн. тринідадських доларів прибутку. Це були найвищі доходи, які були зафіксовані, з 2013 р. У дол США

Таблиця 1

Порівняння карнавальних приїздів і витрат у 2014–2018 роках

Роки	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Всього прибуття (осіб)	36897	36624	35483	37448	33873
Середні витрати туристів (доларів США)	8199	8317	9597	8943	9416

Джерело: розроблено автором на основі [14]

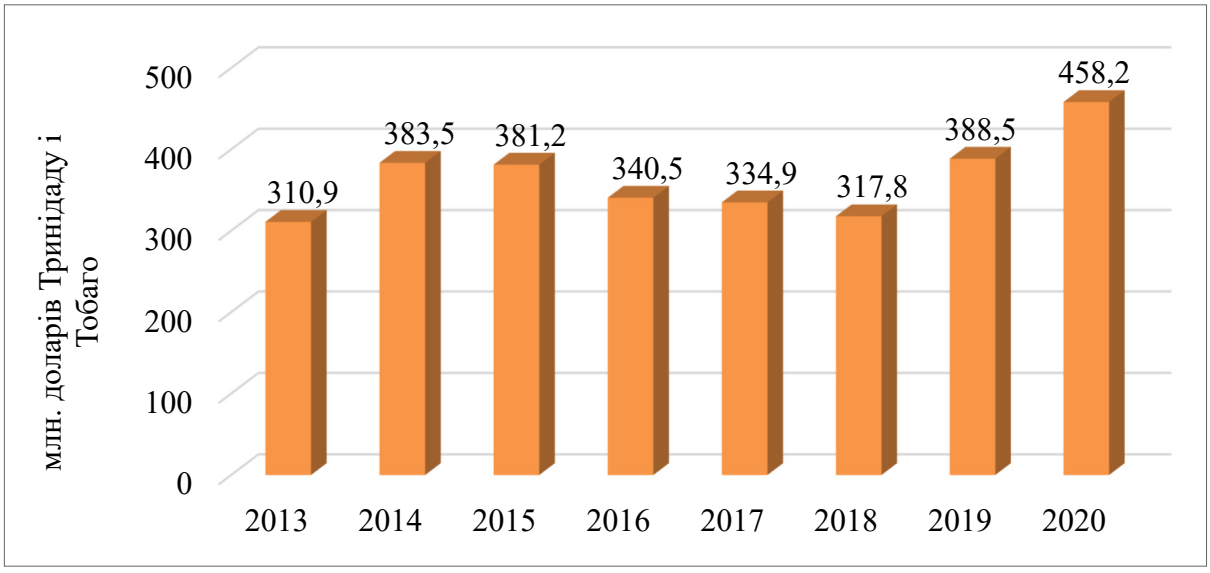


Рис. 10. Витрати відвідувачів під час карнавалу в Тринідаді і Тобаго, 2013–2020 рр.

Джерело: розроблено автором на основі [6]

ця цифра становить приблизно 68 млн. за курсом на 25 лютого 2020 р.

Якщо говорити про особливості карнавалу, то традиційно він асоціюється з музикою каліпсо. Вона характеризується високоритмічним вокалом, який звучить найчастіше французькою мовою. Цей стиль в музиці виник в Тринідаді і Тобаго на початку XIX ст. і поширився на решту Карибських островів та став популярним до середини XX ст. Саме музика зіграла важливу роль у святкуваннях карнавалу тут, адже ні один із парадів не проходить без спекотних ритмів танцю під супровід музики каліпсо. У наші дні карнавал у Тринідаді — це не просто культурна подія, а й популярна туристична «фішка» регіону. Місцева влада прагне розвивати карнавальні традиції, адже це дозволяє залучити щороку тисячі туристів, для яких таке свято — справжня екзотика. Вхід на свято вільний, взяти участь може будь-хто, а головною умовою є наявність яскравого костюму і, звичайно, відмінний настрій.

Висновки. Традиції та інновації сучасних карнавалів демонструють, що різноманітність культурних традицій різних країн визначає і їх відмінність у карнавальних деталях. Найбільшого розвитку сьогодні отримали карнавальні традиції Європейського та Латиноамериканського регіонів, проте інші країни з кожним роком стають все більш гідними конкурентами. Карнавали здатні зібрати велику аудиторію, що робить їх не лише культурними, а й комерційними подіями, тому існує небезпека надмірної комерціалізації карнавалу, що може негативно вплинути на його культурну складову.

Література

1. Бабкін О. В. Спеціальні види туризму. Фенікс, 2008. 252 с.

2. Заїка О. І., Бондаренко К. М. Розвиток карнавального туризму у світі. Том 2, 60. С. 60–63. Матеріали VI Міжнародної ювілейної до 55-річчя ЧДТУ науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 26–27 березня 2015 року, м. Черкаси [Текст]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т.-Т.2. Черкаси: Видавець Чабаненко Ю. А., 2015. 604 с.

3. Зима А. Г. Подієвий туризм: карнавали, фестивалі, свята, виставки, парки: препринт / О. Г. Зима, О. Ю. Шейко. Х.: Вид. ХНЕУ, 2010. 160 с.

4. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу / І. В. Смаль. Ніжин: Вид-во Ніжин. держ. ун-ту ім. Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

5. Шолудько Н. Г. Карнавал як феномен туристичної анімації: історико-культурологічний аспект. Наука, освіта, суспільство очима молодих: Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих науковців. Частина 2. Природничо-математичний, суспільно-гуманітарний та економічний напрями. Рівне: РВВ РДГУ. 2015. Ч. 2. С. 131–133.

6. Expenditure by visitors during the Carnival season in Trinidad and Tobago from 2013 to 2020. URL: https://www.statista.com/statistics/814358/trinidad-tobago-carnival-visitor-spending/ (дата звернення: 17.03.2022).

7. Google Trends. URL: https://trends.google.ru/trends/explore?date=today%205-y&q=%2Fm%2F02p7_j8 (дата звернення: 16.03.2022).

8. Mardi Gras: by the numbers. URL: https://www.gadventures.com/blog/mardi-gras-101-travel/ (дата звернення: 03.04.2022).

9. Number of attendees of Carnival celebrations in Rio de Janeiro, Brazil in 2020, by origin. URL: https://www.statista.com/statistics/977638/number-carnival-attendees-brazil-rio-de-janeiro-origin/ (дата звернення: 20.03.2022).

10. Revenue of the tourism and services sector during Carnival in Brazil from 2012 to 2020. URL: https://www.statista.com/statistics/974580/carnival-revenue-brazil/#/ (дата звернення: 18.03.2022).

11. Revenue of the tourism and services sector during Carnival in Brazil in 2020, by segment. URL: https://www.statista.com/statistics/977064/carnival-revenue-brazil-segment/ (дата звернення: 18.03.2022).

12. Rio Carnival. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Rio_Carnival (дата звернення: 16.03.2022).

13. Tourism Statistics of The Trinidad and Tobago Carnival. URL: https://cso.gov.tt/subjects/travel-and-tourism/tourism-statistics/ (дата звернення: 20.03.2022).

14. Website of the Government of the Republic of Trinidad and Tobago. URL: http://www.news.gov.tt/content/carnival-visitors-spent-318-million-2018#.YpeJyWhByMp (дата звернення: 20.03.2022).

References

1. Babkin O. V. (2008). Spetsialni vydy turyzmu [Special types of tourism]. Feniks. [in Ukrainian].

2. Zaika O. I. & Bondarenko K. M. (2015). Rozvytok karnavalnoho turyzmu u sviti [development of carnival tourism in the world]. Materialy VI Mizhnarodnoi yuvileinoi do 55-richchia ChDTU naukovopraktychnoi konferentsii "Turystychnyi ta hotelno-restorannyi biznes v Ukraini: problemy rozvytku ta rehuliuvannia" — Materials of the 6th International jubilee scientific-practical conference for the 55th anniversary of ChDTU "Tourist and hotel-restaurant business in Ukraine: problems of development and regulation": 26–27 bereznia 2015 roku, m. Cherkasy [Tekst]: u 2-kh tomakh / M-vo osvity i nauky Ukrainy, Cherkas. derzh. tekhnol. un-t.-T.2. Cherkasy: Vydavets Chabanenko Yu. A. Tom 2, pp. 60–63. [in Ukrainian].

3. Zyma A. H., Sheiko O. Yu. (2010). Podiievyi turyzm: karnavaly, festyvali, sviata, vystavky, parky: preprynt [Event tourism: carnivals, festivals, holidays, exhibitions, parks]. Kh.: Vyd. KhNEU. [in Ukrainian].

4. Smal I. V. (2010). Turystychni resursy svitu [Tourist resources of the world]. Nizhyn: Vyd-vo Nizhyn. derzh. un-tu im. Mykoly Hoholia. [in Ukrainian].

5. Sholudko N. H. (2015). Karnaval yak fenomen turystychnoi animatsii: istoryko-kulturolohichnyi aspekt [carnival as a phenomenon of tourist animation: historical and cultural aspect.]. Nauka, osvita, suspilstvo ochyma molodykh: Materialy VIII Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii studentiv ta molodykh naukovtsiv. Chastyna 2. Pryrodnycho-matematychnyi, suspilno-humanitarnyi ta ekonomichnyi napriamy. Rivne: RVV RDHUm Ch. 2, pp. 131–133. [in Ukrainian].

6. Expenditure by visitors during the Carnival season in Trinidad and Tobago from 2013 to 2020. Retrieved from: https://www.statista.com/statistics/814358/trinidad-tobago-carnival-visitor-spending/

7. Google Trends. Retrieved from: https://trends.google.ru/trends/explore?date=today% 205-y&q=% 2Fm% 2F02p7_j8

8. Mardi Gras: by the numbers. Retrieved from: https://www.gadventures.com/blog/mardi-gras-101-travel/

9. Number of attendees of Carnival celebrations in Rio de Janeiro, Brazil in 2020, by origin. Retrieved from: https://www.statista.com/statistics/977638/number-carnival-attendees-brazil-rio-de-janeiro-origin/

10. Revenue of the tourism and services sector during Carnival in Brazil from 2012 to 2020 Retrieved from: https://www.statista.com/statistics/974580/carnival-revenue-brazil/#/

11. Revenue of the tourism and services sector during Carnival in Brazil in 2020, by segment. Retrieved from: https://www.statista.com/statistics/977064/carnival-revenue-brazil-segment/

12. Rio Carnival. Retrieved from: https://en.wikipedia.org/wiki/Rio_Carnival

13. Tourism Statistics of The Trinidad and Tobago Carnival. Retrieved from: https://cso.gov.tt/subjects/travel-and-tourism/tourism-statistics/

14. Website of the Government of the Republic of Trinidad and Tobago. Retrieved from: http://www.news.gov.tt/content/carnival-visitors-spent-318-million-2018#.YpeJyWhByMp

УДК 330.35

Пітюлич Михайло Михайлович
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри фінансів і банківської справи
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
Питюлич Михаил Михайлович
доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры финансов и банковского дела
ГВУЗ «Ужгородский национальный университет»
Pityulych Mykhailo
Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of Finance and Banking
State University «Uzhhorod National University»
ORCID: 0000-0002-2787-0378

Керецман Наталія Іванівна
аспірант кафедри економіки і підприємництва
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
Керецман Наталья Ивановна
аспирант кафедры экономики и предпринимательства
ГВУЗ «Ужгородский национальный университет»
Keretsman Nataliya
Postgraduate Student at the Department of Economics of Enterprise
State University «Uzhhorod National University»
ORCID: 0000-0001-9501-3530

Вереш Єва Степанівна
аспірант кафедри економіки і підприємництва
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
Вереш Ева Степановна
аспирант кафедры экономики и предпринимательства
ГВУЗ «Ужгородский национальный университет»
Veresh Yeva
Postgraduate Student at the Department of Economics of Enterprise
State University «Uzhhorod National University»
ORCID: 0000-0002-5660-9849

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8148

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ МОДЕРНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ: ФАКТОР ГІРСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ МОДЕРНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКОЙ: ФАКТОР ГОРНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

STRATEGIC GUIDELINES FOR THE MODERNIZATION OF REGIONAL ECONOMY MANAGEMENT: THE FACTOR OF MOUNTAINOUS TERRITORIES

***Анотація**. Вступ. Аналіз основних чинників, які генерують глибокі відмінності в соціально-економічному розвитку в просторовому зрізі показує, що, якщо на початковому етапі економічної реформи вони були зумовлені головним чином різними стартовими умовами, що склалися у містах і селах Закарпатської області до початку реформ, то у нинішніх умовах динаміка економічних процесів визначається суто ринковими факторами – рівнем розвитку підприємницької активності, конкурентоспроможності товарів і послуг, умовами формування витрат, цін, попиту та пропозиції, внаслідок чого спостерігається зростаюча динаміка становлення ринкових відносин в просторовому зрізі. Надзвичайно негативною є ситуація в гірських поселеннях, які суттєво відстають від середньорегіональних показників за ряд важливих показників соціально-економічного розвитку, що зумовлює розробку інноваційної моделі господарювання в поствоєнний період, яка б базувалася на більш ефективному використанні власного виробничо-ресурсного та людського капіталу. З урахуванням створювальних чинників для регіону загалом і для гірських поселень перспективною можна вважати інноваційну модель еколого-економічного розвитку, під впливом якої формуються їх економічні пріоритети, секторальна структура господарства, спеціалізація виробництва, розвиток підприємництва, розміщення нових виробництв за критерієм екологічності тощо.*

Мета. Метою статті є окреслення стратегічних орієнтирів соціально-економічної модернізації регіональної економіки через призму розвитку гірських територій.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: 1) нормативно-правове забезпечення регулювання розвитку гірських поселень в Україні; 2) праці вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадять свої науково-практичні дослідження у площині регіонального розвитку, зокрема щодо розвитку депресивних та гірських територій.

В процесі здійснення дослідження було використано такі методи пізнання, як: абстрактно-логічний (при узагальненнях теоретичного характеру на основі праць вітчизняних і зарубіжних вчених); монографічний (при вивченні і узагальненні досвіду та передумов зростання соціально-економічного рівня розвитку окремих територій); системний (при розробленні стратегічних орієнтирів модернізації соціально-економічного розвитку регіону і гірських поселень).

Результати. У статті досліджується проблема розроблення стратегічних напрямів соціально-економічної модернізації економіки регіону в післявоєнний період через призму стимулювання розвитку гірських територій, оскільки останні являються найменш розвинутими, а відповідно і найбільш проблемними територіями в контексті їх соціально-економічного розвитку. На основі вивчення різних наукових підходів, з'ясовано сутність поняття «модернізація». Запропоновано основні напрями модернізації економіки гірських територій на регіональному рівні розвитку, під якими розуміється реалізація комплексних системних заходів з метою здійснення глибоких структурно-секторальних змін

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на розробці концептуальних засад розробки державної регіональної політики на інноваційних засадах, яка була направлена на стимулювання регіонального розвитку у поствоєнний період, де велика роль повинна бути відведена окресленню пріоритетних напрямів стимулювання розвитку депресивних територій і громад, куди без сумніву відносяться більшість гірських поселень.

***Ключові слова:** стратегія, управління, модернізація, регіональна економіка, гірські території.*

***Аннотация.** Введение. Анализ основных факторов, генерирующих глубокие различия в социально-экономическом развитии в пространственном срезе показывает, что если на начальном этапе экономической реформы они были обусловлены главным образом разными стартовыми условиями, которые сложились в городах и селах Закарпатской области до начала реформ, то в нынешних условиях динамика экономических процессов определяется сугубо рыночными факторами – уровнем развития предпринимательской активности, конкурентоспособности товаров и услуг, условиями формирования издержек, цен, спроса и предложения, в результате чего наблюдается растущая динамика становления рыночных отношений в пространственном срезе. Чрезвычайно негативна ситуация в горных поселениях, которые существенно отстают от среднерегиональных показателей за ряд важных показателей социально-экономического развития, что обуславливает разработку инновационной модели хозяйствования в послевоенный период, которая базировалась бы на более эффективном использовании собственного производственно-ресурсного и человеческого капитала. С учетом создающих факторов для региона в целом и для горных поселений перспективной следует считать инновационную модель эколого-экономического развития, под влиянием которой формируются их экономические приоритеты, секторальная структура хозяйства, специализация производства, развитие предпринимательства, размещение новых производств по критерию экологичности и т.д.*

Цель. Целью статьи является определение стратегических ориентиров социально-экономической модернизации региональной экономики через призму развития горных территорий.

Материалы и способы. Материалами исследования являются: 1) нормативно правовое обеспечение регулирования развития горных поселений в Украине; 2) труды отечественных и зарубежных авторов, которые проводят свои научно-практические исследования в плоскости регионального развития, в частности, развития депрессивных и горных территорий.

В процессе осуществления исследования были использованы такие методы познания, как: абстрактно-логический (при обобщениях теоретического характера на основе трудов отечественных и зарубежных ученых); монографический (при изучении и обобщении опыта и предпосылок роста социально-экономического уровня развития отдельных территорий); системный (при разработке стратегических ориентиров модернизации социально-экономического развития региона и горных поселений).

Результаты. В статье исследуется проблема разработки стратегических направлений социально-экономической модернизации экономики региона в послевоенный период через призму стимулирования развития горных территорий, поскольку последние являются наименее развитыми, а соответственно, и наиболее проблемными территориями в контексте их социально-экономического развития. На основе изучения различных научных подходов выяснена сущность понятия «модернизация». Предложены основные направления модернизации экономики горных территорий на региональном уровне развития, под которыми понимается реализация комплексных системных мероприятий с целью осуществления глубоких структурно-секторальных изменений.

Перспективы. В дальнейших научных исследованиях предлагается сосредоточить внимание на разработке концептуальных основ разработки государственной региональной политики на инновационных началах, направленной на стимулирование регионального развития в послевоенный период, где большая роль должна быть отведена определению приоритетных направлений стимулирования развития депрессивных территорий и общин, куда без сомнения относятся большинство горных поселений.

Ключевые слова: *стратегия, управление, модернизация, региональная экономика, горные территории.*

Summary. *Introduction. The analysis of the main factors that generate profound differences in socio-economic development in a spatial section shows that, if at the initial stage of the economic reform they were caused mainly by different starting conditions that existed in the cities and villages of the Zakarpattia region before the beginning of the reforms, then in the current conditions, the dynamics of economic processes is determined purely by market factors – the level of development of entrepreneurial activity, the competitiveness of goods and services, the conditions for the formation of costs, prices, demand and supply, as a result of which there is an increasing dynamic of the formation of market relations in a spatial section. The situation in mountain settlements is extremely negative, which significantly lags behind the average regional indicators for a number of important indicators of socio-economic development, which necessitates the development of an innovative management model in the post-war period, which would be based on more effective use of own production, resource and human capital. Taking into account the creative factors for the region in general and for mountain settlements, an innovative model of ecological and economic development can be considered promising, under the influence of which their economic priorities, sectoral structure of the economy, specialization of production, development of entrepreneurship, placement of new productions according to the criterion of environmental friendliness, etc. are formed.*

Purpose. The purpose of the article is to outline the strategic orientations of socio-economic modernization of the regional economy through the prism of the development of mountainous areas.

Materials and methods. The research materials are: 1) regulatory and legal support for the regulation of the development of mountain settlements in Ukraine; 2) works of domestic and foreign authors conducting their scientific and practical research in the field of regional development, in particular, regarding the development of depressed and mountainous areas.

In the process of carrying out the research, the following methods of cognition were used: abstract-logical (with generalizations of a theoretical nature based on the works of domestic and foreign scientists); monographic (when studying and summarizing the experience and prerequisites for the growth of the socio-economic level of development of individual territories); systemic (when developing strategic guidelines for the modernization of the socio-economic development of the region and mountain settlements).

Results. The article examines the problem of developing strategic directions for socio-economic modernization of the region's economy in the post-war period through the prism of stimulating the development of mountainous territories, since the latter are the least developed and, accordingly, the most problematic territories in the context of their socio-economic development. Based on the study of various scientific approaches, the essence of the concept of «modernization» has been clarified. The main directions of modernization of the economy of mountain areas at the regional level of development are proposed, which include the implementation of complex systemic measures with the aim of implementing deep structural and sectoral changes

Discussion. In further scientific research, it is proposed to focus attention on the development of the conceptual basis for the development of state regional policy on an innovative basis, which was aimed at stimulating regional development in the post-war period, where a major role should be given to the outline of priority directions for stimulating the development of depressed territories and communities, which undoubtedly belong most mountain settlements.

Key words: *strategy, management, modernization, regional economy, mountain areas.*

Постановка проблеми. Вирішення проблем управління еколого-економічним розвитком регіону загалом, і зокрема гірських поселень, у воєнний і поствоєнний період повинен базуватися на переході їх природно-господарського комплексу на інноваційний шлях розвитку, що стає вирішальною умовою їх сталого функціонування на середньо- і довгострокову перспективу. Відповідно інноваційна складова стає визначальною домінантою процесу модернізації економіки, що включає в себе сукупність взаємозв'язаних між собою складових — структурну, технологічну, інвестиційну, інституціональну і соціальну компоненту. За таких умов розроблення і реалізація стратегії модернізації економіки, що враховує специфіку розвитку регіону загалом, і окремо гірських поселень, набуває особливої актуальності і розглядається в якості ключового інструменту подолання депресивного стану, що є властивим для переважної більшості поселень Закарпатської області.

Без перебільшення можна стверджувати, що без модернізації економіки гірські райони не мають майбутнього в поствоєнний період. Найбільш яскраво цей синдром проявляється в тотальній бідності, масштабах безробіття, що значно перевищує порогові рівні, інтенсивній трудовій міграції економічно активного населення, відтоку молоді з села, розпаді соціальної сфери та зникнення окремих поселень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічним фундаментом модернізації економіки гірських територій є теорії і концепції економічного розвитку регіонів, ключовими з яких є теорії розміщення (Й.Г. фон Тюнен, В. Лаунхард, А. Вебер), регіонального зростання (Х. Річардсон, Дж. Бортс, У. Айзард, А. Маршалл, А. Льош, Г. Мюрдаль), державного регулювання економічного розвитку регіонів (С. Деннісон, Е. Гувер, Г. Камерон, Дж. Кейнс).

Винятково важлива роль у формуванні еколого-економічної моделі розвитку гірських територій відводиться соціоприродним доктринам, з позиції яких стає можливим розглядати процеси модернізації економіки на будь-якому ієрархічному рівні господарювання в контексті коеволюції суспільства і природи. Вперше на зв'язок природної компоненти і людської діяльності вказав Г. Спенсер. Пізніше цю ідею розвинули еволюціоністи Дж. Хакслі, Ф. Доброжанський, а також дослідники соціальної поведінки соціобіологи Е. Уільсон і Дж. Ламсден. Ці праці дали імпульс для розвитку біофілософії, екофілософії, біо- та вітацентризму.

Серед українських вчених процеси модернізації економіки розглядаються у працях В. Геєця [2; 13], А. Гриценка [3], В. Онищенко [9], В. Папа [12], Л. Федулової [14], Л. Шевчук [16].

Метою статті є окреслення стратегічних орієнтирів соціально-економічної модернізації регіональної економіки через призму розвитку гірських територій.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: 1) нормативно-правове забезпечення регулювання розвитку гірських поселень в Україні; 2) праці вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадять свої науково-практичні дослідження у площині регіонального розвитку, зокрема щодо розвитку депресивних та гірських територій.

В процесі здійснення дослідження було використано такі методи пізнання, як абстрактно-логічний, монографічний, системний, логічний тощо.

Виклад основного матеріалу. Аналіз існуючих публікацій вказує на те, що сьогодні накопичено значний масив наукового знання щодо пошуку шляхів модернізації економіки країни як ключового імперативу економічного зростання. Разом з тим, необхідно відмітити, що сьогодні єдиної теоретичної і методологічної концепції модернізації не існує. Термін «модернізація» (фр. modernization, від moderne — новітній, сучасний) був вперше застосований філософом Маркізом Де Кондорсе в 1770 році для позначення здатності сучасних людей науково направляти зміни в суспільстві [2, с. 4].

Автори «Економічної енциклопедії» сутність модернізації трактують як процес оновлення, осучаснення, часткового технічного і технологічного переоснащення промислових і сільськогосподарських підприємств у відповідності до нових потреб і норм, показників якості [4, с. 468]. Коли мова йде про прикладні проблеми, то модернізацію трактують як «удосконалення, що відповідає сучасним вимогам» [6, с. 403].

На думку Л. Вардомського, модернізація економіки означає структурні, технологічні, інституціональні зміни в національній економіці, спрямовані на підвищення її конкурентоспроможності та забезпечення розвитку в довгостроковій перспективі [1, с. 79]. Наведене вказує на те, що сутність модернізації економіки головним чином обумовлюють структурно-технологічні зміни, що певною мірою збіднює змістове навантаження досліджуваного поняття, оскільки поза увагою автора залишається людський чинник, який під впливом техніко-технологічних змін зазнає суттєвої трансформації, тобто сам модернізується. Наведена дефініція дещо усічено трактує сутність

феномену модернізації, обмежуючись лише сферою матеріального виробництва, що, по суті, розминається з реальними економічними процесами, які відбуваються в умовах глобалізації світового господарства.

Більш аргументованою є думка Б. Чарльтона і П. Андраса, які під модернізацією розуміють «багатогранний процес, в якому спільноти на певній території стикаються з поступовими або швидкими змінами традиційних економічних, соціальних, політичних і культурних інститутів. Ці зміни з часом тягнуть за собою або зумовлюють виникнення принципово нових інститутів. В узагальненому розумінні модернізація — це процес заміщення або знищення новим суспільством традиційних груп, інститутів, норм, цінностей» [18, с. 85].

Розвиваючи ідею багатогранності процесу модернізації та ролі держави у її здійсненні, А. Чухно відмічає, що для «вирішення складних проблем модернізації держава використовує не тільки професійно-технічні кваліфікаційні характеристики, але і морально психологічні та патріотичні якості людини, в тому числі і довіру до влади» [15, с. 24], що суттєво розширює традиційні економічні рамки трактування сутності досліджуваної проблеми. Принаймні це означає, що термін модернізація є синтезуючою категорією, яка має не тільки структурно-секторальну, техніко-технологічну та просторову прив'язку, але також і соціокультурну компоненту, що охоплює значну кількість одночасних змін у різних соціальних сферах економічної життєдіяльності суспільства.

Звідси стає цілком очевидним, що модернізація — це комплексна і масштабна проблема, змістом якої є необхідність здійснення суттєвого прориву від існуючого стану економіки до кінцевого, бажаного розвитку. По суті, це траєкторія руху суспільства, яка вказує, від якого стану воно йде і якої нової якості прагне. Стартовою позицією в цьому аспекті є реальний стан економіки з її проблемами і можливостями. Кінцевою точкою траєкторії руху є ідеал сучасності, який може трансформуватися. При цьому слід мати на увазі, що процеси модернізації не обмежуються границями техніко-технологічних перетворень, а неминуче супроводжуються фундаментальними змінами в системі соціально-економічних відносин і системі управління економікою.

Цей зв'язок підтверджується реальними економічними процесами, які переконливо доводять, що вдосконалення системи управління дуже часто служить передумовою модернізації техніки і технології. Єдність організації техніко-технологічних процесів і управління органічно зв'язана із змінами в соціальному житті, вирішенням завдань підвищення добробуту людей, подолання бідності, вдосконалення системи освіти, охорони здоров'я, створення підґрунтя для самовдосконалення і саморозвитку, тобто якісними складовими людського капіталу.

З цих теоретико-методологічних засад стає можливим розроблення і реалізація концептуальних засад модернізації економіки на регіональному рівні розвитку, під якою розуміється вжиття комплексних системних заходів з метою здійснення глибоких структурно-секторальних змін, техніко-технологічного переоснащення виробництва, вдосконалення системи управління, розвитку інституційного середовища та формування висококваліфікованого кадрового потенціалу, здатного впроваджувати новітні науково-технічні досягнення, спрямовані на підвищення конкурентоздатності територіальної економіки.

Разом з тим процеси модернізації мають свою регіонально-локальну специфіку, детерміновану цілою сукупністю чинників. Зокрема в Закарпатській області, як і в інших областях Карпатського регіону вони обумовлені сформованою структурою економіки, інтенсивними транскордонними зв'язками, високою мобільністю економічно активного населення, його етнічним складом. Однак найважливішою ознакою в цьому контексті є чітко виражена вертикальна зональність, що включає три природно-економічні зони — низинну, передгірну та гірську. Саме гірська природно-економічна зона, займаючи значну частку території західних областей України та здійснюючи активний вплив на процеси відтворення населення, перебуває у стані тривалої стагнації. Для неї характерна низька інтенсивність господарської діяльності, малодиверсифікована структура економіки, слабкий науково-технічний потенціал, слаборозвинута соціальна сфера. Принципова відмінність гірських територій від низинних і передгірних природно-економічних зон полягає в тому, що сьогодні першим відводиться роль постачальників мінеральних, біологічних і рекреаційних ресурсів. Внаслідок цього рентно-сировинна складова економіки гірських територій доповнюється рентно-борговою ланкою, що посилює дію деіндустріальної інерції з відповідними негативними наслідками. Ситуація ускладнюється тим, що переважна частина мешканців гірських поселень практично не бере участі у розподілі доходів від реалізації природних ресурсів, що породжує конфлікт інтересів та створює підґрунтя для по-

глиблення соціальної напруги. Якщо додати, що гірські території тривалий час живуть в умовах інвестиційних канікул, проїдаючи ресурси та виробничі потужності, запаси міцності, що склалися у дореформаційний період, то стає цілком очевидно, що гірська політика повинна бути органічно вмонтована у контекст розвитку. Це ключовий теоретичний постулат процесу модернізації, який передбачає реалізацію модернізаційних проектів у контексті тих трансформацій, які відбуваються в структурі регіональної економіки. Локальні і регіональні процеси є взаємозв'язаними і взаємозалежними і співвідносяться як частина і ціле, що забезпечує інтегрованість регіонального господарського комплексу. Це знаходить свій прояв у необхідності забезпечення відтворювальних процесів, спільності економічних інтересів, взаємній заінтересованості у підвищенні ефективності функціонування пріоритетних сфер господарювання, раціональному використанні природних і людських ресурсів. Наведене зайвий раз доводить необхідність виокремлення у структурі регіональної інноваційної системи її гірської компоненти, яка дозволяє врахувати специфіку її розвитку, зміст і характер соціально-економічних перетворень, які передбачається досягти в процесі модернізації регіонального господарського комплексу. Невід'ємною складовою цього процесу є децентралізація, яка передбачає укрупнення територій, що надасть перевагу новоутвореним територіальним формуванням, оскільки поглиблюється суспільний поділ праці, розширюються кооперативні виробничі зв'язки, ринки збуту, можливості спільного освоєння і використання наявних виробничих потужностей і природних ресурсів, розвитку місцевої інфраструктури. Звідси багатовекторність стратегій поведінки новосформованих територіальних громад, які можуть мати власну стратегію розвитку та динаміку модернізаційних змін, детермінована наявним виробничо-ресурсним потенціалом, композицією стратегічних інтересів економічних суб'єктів. Саме тому процеси модернізації не можуть розглядатися як лінійні і реалізовуватися за певним шаблоном або калькою, а навпаки, повинні передбачати інваріантність підходів і форм реалізації. Тому можна погодитися з думкою С. А. Ермаханової, яка відмічає, що системне наслідування не є обов'язковим і навіть можливим. Власне, будь-яка країна, що модернізується, здійснює трансформацію, змушує новий елемент, який потрапив у її середовище, діяти за власними, тільки їй властивими правилами і законами. Якщо цього не відбувається, країна-реципієнт вступає в смугу внутрішнього напруження, соціальної аритмії, робить помилки, зазнаючи структурних та функціональних втрат [5, с. 241].

З наведеного стає очевидним, що багатоваріантність і альтернативність підходів до здійснення модернізації передбачають певний рівень автономії територіальних громад у прийнятті рішень щодо модернізації економіки сублокальних територіальних формувань, що вимагає делегування певних прав територіям базового рівня, зокрема самостійно обирати стратегію модернізації економіки. Альтернативність і множинність форм і методів реалізації модернізаційних проектів є необхідною і об'єктивною з точки зору специфіки розвитку економіки гірських територій, реалізації їх виробничоресурсного та людського потенціалу, гармонізації інтересів бізнесу і громади при врахуванні двох ключових чинників, які детермінують господарську діяльність у гірських поселеннях, — збереження екосистеми шляхом збалансованого природокористування та розвитку самобутньої культури і традицій гірського соціуму. Зазначені ключові детермінанти визначають філософію модернізації та господарювання у гірській місцевості і закладають методологічну базу формування стратегії модернізації на інноватівно-інноваційній основі.

Така постановка проблеми вимагає чіткого формування цільових орієнтирів, мети, окреслення кола завдань, ідентифікацію моделі модернізації та механізмів її реалізації.

Метою стратегії модернізації економіки гірських територій є усунення існуючих передумов прогресуючого відставання у традиційних секторах економіки шляхом здійснення глибоких структурно-секторальних змін, технікотехнологічного переоснащення виробництва, запровадження ресурсозберігаючих та безвідходних технологій, стимулювання розвитку високотехнологічних сегментів економіки, формування інноваційно активного кадрового потенціалу та створення інституційного середовища регулювання процесів модернізації. Умовою реалізації стратегії модернізації економіки є створення інституційних та економічних передумов для залучення інвестицій та активізації інноваційних процесів, реалізація державних програм соціально-економічного розвитку гірських територій, мобілізація внутрішніх джерел та власного потенціалу розвитку, спрямованого на технологічне переоснащення виробництва з метою підвищення його конкурентоспроможності.

Досягнення стратегічної мети модернізації економіки гірських територій зумовлює потребу в чіткому формулюванні цільових орієнтирів, пріори-

тетів та стадійності їх реалізації. Методологічною основою формування цілей модернізації економіки є розуміння двоїстого її характеру. З одного боку, як відмічає О. Левковець, модернізація — це завжди системний процес, а з другого — мобілізаційний процес [7, с. 4], який запроваджується для скорочення відставання від країн-конкурентів [10, с. 5]. Таке розуміння сутності модернізації вказує на те, що вона повинна розглядатися як комплексна проблема, що включає спектр відносин — власності, фінансово-управлінські, аграрні відносини, відносини природокористування, соціально-етнічні процеси, характер зв'язків по вертикалі і горизонталі, заходи державних, регіональних органів управління та місцевого самоврядування з реалізації структурної, техніко-технологічної, інноваційно-інвестиційної та соціальної політики. Множинність відносин, включених в орбіту модернізаційних процесів, породжує множинність цілей та інструментів її реалізації. В їх якості виступають шість головних цілей модернізації економіки гірських територій, а саме: модернізація секторальної структури економіки; техніко-технологічне оновлення і модернізація виробництва, запровадження безвідходних еко- та енергозберігаючих технологій; модернізація соціокультурного потенціалу гірських територій, включаючи систему освіти, культури, охорону здоров'я, соціальний захист населення; модернізація соціальної і виробничої інфраструктури, спрямована на подолання інфраструктурних обмежень розвитку економіки; фінансове, бюджетне, податкове стимулювання модернізаційних проектів; розвиток інститутів прав власності, конкуренції, зниження інвестиційних і підприємницьких ризиків, адміністративних бар'єрів, розвиток державно-приватного партнерства.

Реалізація обраних стратегічних цілей зумовлює потребу у вирішенні масиву домодернізаційних завдань. В агрегованому виді зазначені завдання можна згрупувати у три підсистеми — структурно-технологічну, соціально-економічну та інституціональну, у межах яких реалізуються певні завдання. Так, щодо структурно-технологічної підсистеми, то її безпосередньою метою є подолання моногалузевої структури економіки гірських територій, усунення структурних диспропорцій, формування багатоукладної економіки шляхом сприяння швидкому застосуванню новітніх екологічно збалансованих, енерго- і ресурсозберігаючих технологій, маловідходних виробничих циклів. Важливим засобом досягнення поставленої мети є диверсифікація економіки гірських територій, яка створює мультиплікаційний ефект в інших сферах господарювання, приводить до множинності його організаційно-правових форм: індивідуально-приватних, акціонерних, кооперативних, державних, некомерційних організацій, різних пайових фондів, які різняться за виконуваними функціями, обсягами реалізованих завдань, рівнем відповідальності, правами щодо прийняття господарських рішень, організацією управління. В умовах глибокої трансформації економічних відносин, коли логіка загального розвитку визначена дуже приблизно, територіальна множинність, різноманітність можливих форм господарювання є необхідною умовою для виявлення найбільш раціональних із них, особливо тих, які органічно вмонтовані в локальні економічні пріоритети.

По суті, це означає, що цілі і завдання економічної модернізації регіонів та їх субрегіональних просторових формувань суттєво різняться між собою і детерміновані двома ключовими чинниками — рівнем соціально-економічного розвитку та наявним ресурсним потенціалом.

Технічна політика стійкого розвитку гірських територій повинна базуватися на впровадженні сучасних методів і принципів розробки і використання мінерально-сировинних ресурсів, використанні альтернативних енергоносіїв, безвідходних технологій, принципово нових засобів зв'язку у важкодоступних поселеннях, автоматизації систем оперативного управління вантажопотоками, підвищенні надійності комунікативних засобів тощо. Важливою проблемою є відродження і модернізація сільської промисловості. Вочевидь тут потрібні кардинально нові підходи. Зусиллями наукових установ, програмістів, менеджерів, маркетологів необхідно розробити й обґрунтувати проекти модернізації кожного підприємства. По суті, мова йде про своєрідні модернізаційні бізнес-плани, орієнтовані на технічне переоснащення виробництва. А уже під ці проекти залучати інвесторів, надаючи їм певні преференції і пільги.

Необхідно також враховувати географічне і транспортне розташування гірських поселень, що має важливе значення для формування сприятливого інвестиційного клімату і залучення інвестиційних ресурсів у їх розвиток. Це вимагає вивчення можливостей створення регіонального науково-технічного центру, малих науково-виробничих структур, функціями яких був би пошук новітніх технологічних проектів, розробка і впровадження передових технологій для виробництва органічної продукції, оновлення її асортименту, освоєння енерго- і ресурсозберігаючих технологій.

Техніко-технологічна підсистема модернізації органічно пов'язана з соціально-економічною. Їх єдність і взаємозв'язок обумовлені тим, що техніко-технологічна модернізація викликає глибокі зміни не тільки в економіці, але і соціальному розвитку, оскільки «серцевиною інноваційного суспільства є людина, яка розглядається одночасно як виробник, споживач, інвестор, емітент, а також продуцент інноваційного суспільно-політичного і культурного контексту» [11, с. 60]. З цього стає очевидним, що головним концептом модернізації виступає людський капітал гірських територій. Звідси випливає одна з ключових особливостей соціально-економічної модернізації гірських територій, змістом якої є проблема людського розвитку, невід'ємною складовою якого є формування інноваційного потенціалу, що в сучасних умовах є унікальним ресурсом, який, за визначенням Й. Шумпетера, здатний здійснювати:

1) виробництво нових благ або поліпшення якості існуючих;
2) впровадження нових способів виробництва або комерційного використання існуючих товарів;
3) відкриття й освоєння нових ринків збуту;
4) освоєння нових джерел одержання сировинних матеріалів або напівоброблених товарів;
5) здійснення реорганізації у галузі та створення промислових підприємств нового типу [17, с. 177].

З огляду на це першочерговим завданням соціальної модернізації є формування в гірських поселеннях критичної маси підприємств, що є генераторами нових ідей і змін в економіці. Без цього ключового інституту, який становить соціальну базу модернізації, можливість її реалізації є нереальною. Серед мешканців сільських територій, відмічають А. Лісовий та В. Заліско, важко знайти освічених, професійних працівників, які здатні працювати на сучасних технічних засобах, виконуючи високотехнологічні операції з вирощування овочів та фруктів, керувати комп'ютерними, транспортними засобами, тваринницькими комплексами або фермами [8, с. 24].

Усунення існуючих суперечностей визначає ступінь успішності «модернізаційного прориву», який об'єктивно пов'язується з якісними змінами в структурі людського капіталу.

Ефективність реалізації політики модернізації економіки гірських територій як багатомірного і многоаспектного процесу, що включає економічну, соціальну, екологічну, етнічну, культурну складові, значною мірою визначається розвинутістю інституційно-інфраструктурної підсистеми. Інфраструктура модернізації економіки — це сукупність державних, підприємницьких та громадських інститутів, які сприяють, забезпечують і регулюють здійснення перманентних структурних, технологічних та інституційних змін на виробництві з метою підвищення його конкурентоспроможності. В нашому дослідженні простежуються дві головні її функції — забезпечення неперервності техніко-технологічного оновлення виробництва та цілеспрямоване регулювання процесів модернізації. Будучи складною системою, інфраструктура модернізації економіки може бути проаналізована як з точки зору інституціональної (державні функціональні органи та органи місцевого самоврядування, галузеві органи управління, територіальні громади, агенції економічного розвитку, венчурні структури, адміністрації економічного розвитку, фонди сприяння впровадженню інновацій), так і організаційної сукупності конкретних економічних форм і методів регулювання зазначених процесів модернізації (стратегічне прогнозування структурно-інноваційної перебудови економіки, індикативне планування модернізаційних проектів, нормативна регламентація, надання інформації, консультування місцевих підприємств, надання трансфертів вирівнювання депресивним територіям, запровадження системи стимулів, мотивації секторально-галузевої структури модернізації економіки та застосування санкцій), тобто економічних та адміністративних важелів, за допомогою яких здійснюється регулювання процесів модернізації. По суті, інституційно-інфраструктурна підсистема, будучи зв'язуючою ланкою між техніко-технологічною підсистемою та соціально-економічною, виступає в ролі механізму регулювання модернізаційних процесів. Його компонентна будова може бути проаналізована як у горизонтальному зрізі, тобто сукупності однотипних прийомів та методів у межах одного адміністративного рівня (село, селище, місто, район), так і вертикально-ієрархічному, коли аналізуються різні рівні їх компетенції та субординація.

Метою нашого дослідження є аналіз територіального механізму регулювання процесів модернізації на регіональному та субрегіональному рівнях з погляду його інституціонального, функціонального та інструментального навантаження, оскільки саме такий методологічний підхід дозволяє з'ясувати його суб'єктно-об'єктні та функціональні параметри, а також компонентну будову. Вказані складові інституційно-інфраструктурної підсистеми, зберігаючи певну індиферентність,

специфіку реалізації функцій, формують єдину, цілісну, субординовану систему регулювання процесів модернізації економіки.

Теоретичний аналіз сутності модернізації економіки гірських територій, обсягу домодернізаційних завдань, аналіз компонентної будови та підсистем регулювання модернізаційних процесів дозволяє з'ясувати сутнісні характеристики моделі модернізації економіки гірських територій (рис. 1).

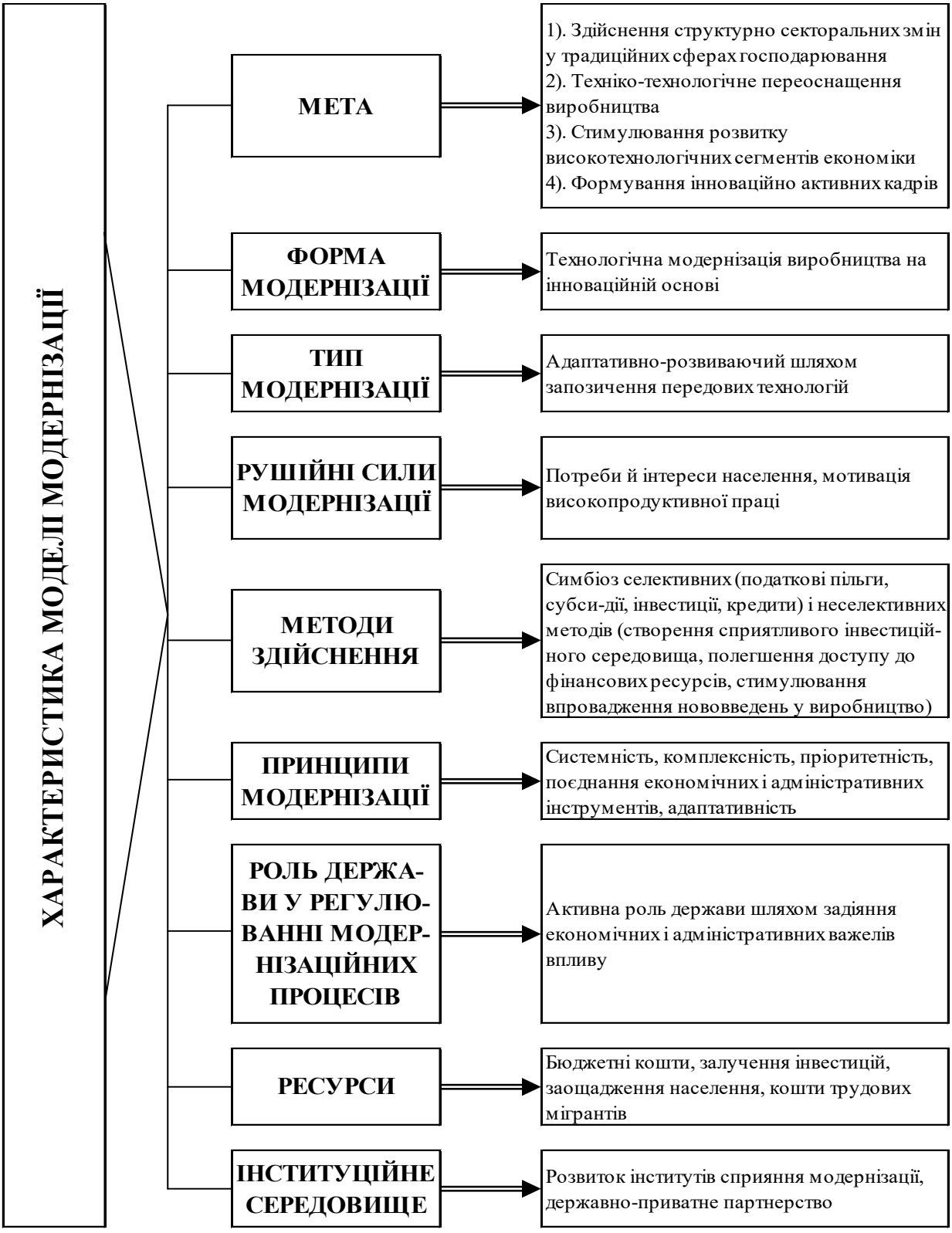


Рис. 1. Сутнісні ознаки соціально-економічної модернізації гірських територій

Джерело: розроблено автором

Висновки і перспективи подальших досліджень. Вище відмічене дозволяє узагальнити, що системна характеристика соціально-економічної модернізації вказує на багатовекторність цього процесу, який охоплює велику кількість одночасних змін у різних сферах соціогосподарської системи гірських територій. Успішність їх реалізації значною мірою обумовлена ефективністю державного управління розвитком гірських поселень. Залежно від того, яким чином уряд, органи державного управління на місцях спроможні спрямувати ресурси, людський потенціал, інвестиції та інновації в ефективне русло, залежить швидкість модернізації, що сьогодні виступає в якості ключового чинника реалізації ринкових реформ.

В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на розробці концептуальних засад розробки державної регіональної політики на інноваційних засадах, яка була направлена на стимулювання регіонального розвитку у поствоєнний період, де велика роль повинна бути відведена окресленню пріоритетних напрямів стимулювання розвитку депресивних територій і громад, куди без сумніву відносяться більшість гірських поселень.

Література

1. Вардомский Л. Б. Взаимные экономические связи в контексте модернизации экономики России и Украины / Л. Б. Вардомский // Економіка і прогнозування. 2009. № 1. С. 77–89.

2. Геєць В. Ліберально-демократичні засади: курс на модернізацію України / В. Геєць // Економіка України. 2010. № 3. С. 4–20.

3. Гриценко А. А. Методологічні основи модернізації України / А. А. Гриценко // Економіка України. 2011. № 2. С. 4–12.

4. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2 / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. К.: Видавничий центр «Академія», 2001. 848 с.

5. Ермаханова С. А. Теория модернизации: история и современность / С. А. Ермаханова // Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых: сб. науч. тр. / под ред. В. Е. Селиверстова, В. М. Марковой, Е. С. Гвоздевой. Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2005. Разд. 2. С. 233–247.

6. Конвергенция. Модернизация // Большой экономический словарь. М.: Книжный мир, 2007. С. 403–860.

7. Левковець О. М. Модернізація економіки України: зміст, умови, ризики / О. М. Левковець // Бізнес-інформ. 2011. № 10. С. 4–9.

8. Лісовий А. В. Теоретико-методологічні аспекти вибору інноваційно-інвестиційного соціально-економічного розвитку сільських територій / А. В. Лісовий, В. Д. Заліско // Збірник наукових праць Ірпінської юридичної академії (економіка, право). 2013. Вип. 2. С. 23–29.

9. Онищенко В. Модернізація, як імператив розвитку України / В. Онищенко // Економіка України. 2011. № 7. С. 4–14.

10. Онищенко В. О. Теоретико-методологічні засади просторової організації інноваційної діяльності / В. О. Онищенко, О. В. Комеліна // Економіка і регіон. 2010. № 1 (24). С. 3–9.

11. Онищенко В. Ф. Социальный контекст евроинтеграционной стратегии Украины / В. Ф. Онищенко // Экономическая теория. 2008. № 2. С. 60–74.

12. Папп В. В. Структурні процеси в економіці регіональних суспільних систем: теорія, методологія, практика: монографія / В. В. Папп. Львів: НАН України, Ін-т регіон. досл., 2009. 340 с.

13. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / В. М. Геєць; НАН України; Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. К., 2009. 864 с.

14. Технологічний імператив стратегії соціально-економічного розвитку України: монографія / [Федулова Л. І., Бажал Ю. М., Осецький В. Л. та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. І. Федулової; НАН України; Ін-т екон. та прогноз. К., 2011. 656 с.

15. Чухно А. А. Модернізація економіки і економічна теорія / А. А. Чухно // Економіка України. 2012. № 10. С. 24–33.

16. Шевчук Л. Т. Просторовий розвиток регіону: соціально-економічні можливості, ризики і перспективи: монографія / Л. Т. Шевчук, С. Д. Щеглюк, Л. П. Казьмір, В. І. Воськало та ін. НАН України. Ін-т регіон. дослідж.; за ред. Л. Т. Шевчук. Львів, 2011. 256 с.

17. Шумпетер И. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / И. А. Шумпетер. М.: Эксмо, 2007. 864 с.

18. Charlton B., Andras P. The Modernization Imperative. Imprint Academic: Exeter, UK. 2003. P. 85.

References

1. Vardomsky L. B. (2009). Vzaymnye йkonomycheskye svyazy v kontekste modernyzatsyy йkonomyky Rossyy y Ukrayny [Mutual economic ties in the context of modernization of the economy of Russia and Ukraine]. Economy and forecasting, 1, 79 (in Russian).

2. Heyets V. M. (2010). Liberal′no-demokratychni zasady: kurs na modernizatsiyu Ukrayiny [Liberaldemocratic principles: a course on the modernization of Ukraine]. Economy of Ukraine, 3, 4 (in Ukrainian).

3. Gritsenko A. A. (2011). Metodolohichni osnovy modernizatsiyi Ukrayiny [Methodological Foundations of Modernization of Ukraine]. Economy of Ukraine, 2, 4–12 (in Ukrainian).

4. Mocherny S. V. (2001). Ekonomichna entsyklopediya: U tr′okh tomakh [Economic Encyclopedia: In three volumes]. Kyiv: Publishing Center «Academy» (in Ukrainian).

5. Ermakhanova S. A. (2005). Teoryya modernyzatsyy: ystoryya y sovremennost′ [Modernization Theory: History and Modernity]. Novosibirsk: IEPP (in Russian).

6. Konverhentsyya. Modernyzatsyya: Bol′shoy йkonomycheskyy slovar′ [Convergence. Modernization: The Big Economic Dictionary]. (2007). Moscow: Book world (in Russian).

7. Levkovets O. M. (2011). Modernizatsiya ekonomiky Ukrayiny: zmist, umovy, ryzyky [Modernization of the economy of Ukraine: content, conditions, risks]. Business-inform, 10, 4 (in Ukrainian).

8. Lisovyi A. V. & Zalisko V. D. (2013). Teoretyko-metodolohichni aspekty vyboru innovatsiino-investytsiinoho sotsialno-ekonomichnoho rozvytku silskykh terytorii [Theoretical and methodological aspects of the choice of innovation-investment socio-economic development of rural areas]. Collection of scientific works of the Irpin Academy of Law (economics, law), 2, 24 (in Ukrainian).

9. Onishchenko V. O. (2011). Modernizatsiya yak imperatyv rozvytku Ukrayiny [Modernization as an imperative of Ukraine's development]. Economy of Ukraine, 7, 4–14 (in Ukrainian).

10. Onishchenko V. O. & Komelina O. V. (2010). Teoretyko-metodolohichni zasady prostorovoi orhanizatsii innovatsiinoi diialnosti [Theoretical and methodological principles of spatial organization of innovative activity]. Economy and the region, 1, 5 (in Ukrainian).

11. Onishchenko V. F. (2008). Sotsialnyiy kontekst evrointegratsionnoy strategii Ukrainyi [The social context of the European integration strategy of Ukraine]. Экономическая теория, 2, 60 (in Russian).

12. Papp V. V. (2009). Strukturni protsesy v ekonomitsi rehional′nykh suspil′nykh system: teoriya, metodolohiya, praktyka [Structural processes in the economy of regional social systems: theory, methodology, practice]. Lviv: National Academy of Sciences of Ukraine, Institute of the Region (in Ukrainian).

13. Heets V. M. (2009). Suspil′stvo, derzhava, ekonomika: fenomenolohiya vzayemodiyi ta rozvytku [Society, State, Economics: phenomenology of interaction and development]. Kyiv: Knyha (in Ukrainian).

14. Fedulova L. I., Bazhal Y. M. & Osetsky V. L. (2011). Tekhnolohichnyy imperatyv stratehiyi sotsial′noekonomichnoho rozvytku Ukrayiny [Technological imperative of the strategy of socio-economic development of Ukraine]. Kyiv: National Academy of Sciences of Ukraine (in Ukrainian).

15. Chukhno A. A. (2012). Modernizatsiya ekonomiky i ekonomichna teoriya [Modernization of the economy and economic theory]. Economy of Ukraine, 10, 24 (in Ukrainian).

16. Shevchuk L. T. (2011). Prostorovyy rozvytok rehionu: sotsial′no-ekonomichni mozhlyvosti, ryzyky i perspektyvy [Spatial development of the region: socioeconomic opportunities, risks and prospects]. Lviv: National Academy of Sciences of Ukraine (in Ukrainian).

17. Shumpeter I. A. (2007). Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya [Theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy]. Moscow: Eksmo (in Russian).

18. Charlton B. & Andras P. (2003). The Modernization Imperative. Imprint Academic: Exeter (in English).

УДК 338.012:69

Скриньковський Руслан Миколайович
кандидат економічних наук, професор, професор кафедри
Львівський університет бізнесу та права
Skrynkovskyy Ruslan
PhD in Economics, Professor, Professor of the Department
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0002-2180-8055

Цюх Святослав Ігорович
аспірант
Львівського університету бізнесу та права
Tsyuh Svyatoslav
Postgraduate Student of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0003-0179-1193

Процевят Оксана Семенівна
провідний інженер відділу
Державна установа «Інститут регіональних досліджень
імені М.І. Долішнього НАН України»
Protseviat Oksana
Leading Engineer of the Department
State Institution «M.I. Dolishniy Institute of
Regional Research of the NAS of Ukraine»
ORCID: 0000-0002-6713-2820

Тиркало Юрій Євгенійович
аспірант
Національного університету «Львівська політехніка»
Tyrkalo Yuriy
Postgraduate Student of the
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0003-2535-4238

Горбонос Федір Володимирович
доктор економічних наук, професор, ректор
Львівський університет бізнесу та права
Horbonos Fedir
D. Sc. (Economics), Professor, Rector
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0002-6563-9847

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8146

ТЕНДЕНЦІЇ І ПРОБЛЕМИ У СФЕРІ БУДІВНИЦТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

TRENDS AND PROBLEMS IN THE FIELD OF CONSTRUCTION OF UKRAINE IN THE WAR CONDITIONS

Анотація. *Сьогодні війна в Україні, спричиненої збройною агресією Російської Федерації і за сприяння Республіки Білорусь проти України, призвела до виникнення труднощів і проблем у всіх сферах національної економіки України, в тому числі і у сфері будівництва. В умовах повномасштабної війни Росії проти України підвищений рівень небезпеки і ризики, зупинення будівництва багатьох будівель і споруд на різних етапах їхнього існування, численні зруйновані та пошкоджені будинки і приміщення, зростання вартості будівельних матеріалів, енергоресурсів, транспортних витрат, а також нестача робочої сили є одними з найважливіших факторів, що призводять до падіння обсягів будівництва. З огляду на викладене вище, метою статті є дослідження тенденцій і проблем у сфері будівництва України в умовах війни. На основі аналізу аналітичних даних зазначено, що з 10 травня по 8 червня 2022 року загальні збитки економіки України через пошкодження фізичної інфраструктури зросли на 9,6 мільярда дол. США, а руйнування та пошкодження житлових будинків за цей період становило 8,4 млн. кв.м. В контексті цього з'ясовано, що Кабінет Міністрів України спростив дозвільні та реєстраційні процедури у будівництві в умовах воєнного стану, прийнявши Постанову від 24.06.2022 р. № 722. Встановлено, що поточний стан сфери будівництва України потребує покращення, особливо у сфері житлового фонду, оскільки втрати для економіки України від російсько-української війни, станом на початок липня 2022 року, є досить високими. Також сформульовано висновок про те, що відновлення сфери будівництва в Україні необхідно проводити за рахунок розроблення і реалізації відповідних заходів на державному рівні, за фінансової підтримки іноземних держав-партнерів. Тут особливе значення також має залучення іноземних експертів і провідних фахівців України для посилення потенціалу будівельних компаній (зокрема, фінансового і кадрового потенціалу), для врахування безпекових питань і ризиків у майбутньому. Визначено, що подальші дослідження доцільно проводити в напрямі пошуку практичних шляхів відновлення сфери будівництва в Україні, включаючи сферу житлового фонду, у воєнний та післявоєнний час.*

Ключові слова: *будівництво, житловий фонд, економіка України, економіка будівництва, війна Росії проти України.*

Summary. *Today, the war in Ukraine, caused by the armed aggression of the Russian Federation and with the assistance of the Republic of Belarus against Ukraine, has led to difficulties and problems in all areas of the national economy of Ukraine, including in the field of construction. In the context of a Russia's full-scale war against Ukraine, an increased level of danger and risks, a halt in the construction of many buildings and structures at different stages of their existence, numerous destroyed and damaged houses and premises, an increase in the cost of building materials, energy resources, transport costs, as well as a shortage of labor are one of the most important factors leading to a drop in construction volumes. Considering the above, the purpose of the article is to study trends and problems in the field of construction of Ukraine in the war conditions. Based on the analysis of analytical data, it was noted that from May 10 to June 8, 2022, the total losses of the economy of Ukraine due to damage to physical infrastructure increased by $9.6 billion, and the destruction and damage of residential buildings during this period amounted to 8.4 million square meters. In the context of this, it was found out that the Cabinet of Ministers of Ukraine has simplified permit and registration procedures in construction in the conditions of martial law by adopting Resolution No. 722 dated June 24, 2022. It has been established that the current state of the construction sector in Ukraine needs to be improved, especially in the field of housing stock, since the losses for the economy of Ukraine from the Russian-Ukrainian war, as of early July 2022, are quite high. The conclusion was also formulated that the restoration of the construction sector in Ukraine should be carried out through the development and implementation of appropriate measures at the state level, with the financial support of foreign partner states. Here, the involvement of foreign experts and leading specialists of Ukraine is of particular importance for strengthen the potential of construction companies (in particular, financial and personnel potentials), for take into account security issues and risks in the future. It was determined that further research should be conducted in the direction of finding practical ways to restore the construction sector in Ukraine, including the housing stock, in wartime and post-war times.*

Key words: *construction, housing stock, economy of Ukraine, economy of construction, Russia's war against Ukraine.*

Постановка проблеми. Як відомо, «Російська Федерація є державою-терористом, однією з цілей політичного режиму якої є геноцид Українського народу, фізичне знищення, масові вбивства громадян України, вчинення міжнародних злочинів проти цивільного населення, використання заборонених методів війни, руйнування цивільних об'єктів та об'єктів критичної інфраструктури, штучне створення гуманітарної катастрофи в Україні або окремих її регіонах. … Політичний режим Російської Федерації є нацистським за своєю суттю і практикою та ідеологічно наслідує націонал-соціалістичний (нацистський) тоталітарний режим» [1].

Сьогодні війна в Україні, спричиненої збройною агресією Російської Федерації і за сприяння Республіки Білорусь проти України, призвела до виникнення труднощів і проблем у всіх сферах національної економіки України, в т.ч. і у сфері будівництва. В умовах повномасштабної війни Росії

проти України підвищений рівень небезпеки і ризики, зупинення будівництва багатьох будівель і споруд на різних етапах їхнього існування, численні зруйновані та пошкоджені будинки і приміщення, зростання вартості будівельних матеріалів, енергоресурсів, транспортних витрат, а також нестача робочої сили є одними з найважливіших факторів, що призводять до падіння обсягів будівництва житлового, промислового, транспортного та ін. Наразі ситуація складна, економіка повільно відновлюється, посилюються відповідні заходи безпеки в регіонах України.

Поряд з тим, тут доцільно також зазначити, що раніше, перед повномасштабним вторгненням Росії як держави-окупанта, як держави-терориста на територію України, український ринок новобудов розвивався дуже бурхливими темпами — нові об'єкти з'являлися в усіх великих містах України, і не тільки. Особливо високою була будівельна активність у таких містах, як Київ, Львів, Харків, Одеса, Дніпро. Клієнти будівельних компаній завжди мали широкий вибір об'єктів нерухомості, відповідний спектр послуг, а також залишались задоволені від переваг співпраці як щодо розташування, ціни та якості нових будинків, так і щодо планування та площі житла, включаючи пріоритетні напрями (проекти) розвитку об'єктів благоустрою тощо. Багато хто вже інвестував у споруджувану нерухомість в 2021 році чи роками раніше з надією поселитись у 2022. Однак, війна в Україні не тільки перешкодила планам, а й завдала невимовних страждань невинним людям, забравши безліч життів і відчуття безпеки, включаючи виклики і загрози економічній безпеці. Через збройну агресію Російської Федерації в Україні зруйновано велику кількість житлових будинків та багато інших цивільних об'єктів, і назвати їх точну кількість досить важко. Так, станом на 03 липня 2022 року, житло втратили близько 800 тис. українців, найбільше руйнувань житлового фонду зафіксовано на сході та півночі України [2]. Також з кінця лютого 2022 року будівництво зупинилося навіть у містах, розташованих на заході України, через ризики, масові постійні ракетні обстріли території України з боку Росії і за сприяння Республіки Білорусь тощо. Незважаючи на це, в таких умовах, у червні 2022 року в усіх областях України, віддалених від бойових дій, спостерігається деяке відновлення будівництва, водночас ціни суттєво зросли і є вищими, порівняно з довоєнними. Якщо орієнтуватися на поточний стан житлового будівництва, то станом на липень 2022 року найбезпечнішими для такого виду економічної діяльності є західні області України, але ситуація може змінитись у будь-який момент через збройну агресію Росії.

Враховуючи наведене вище, очевидно, що дослідження тенденцій і проблемних питань у сфері будівництва України в умовах війни є досить актуальною проблемою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд і аналіз наукової літератури, останніх досліджень дозволяє стверджувати, що проблематиці розвитку будівельної сфери в Україні в умовах війни приділено досить мало уваги. У цьому контексті доцільно згадати публікації науковців, які приведені нижче.

Так, О. Коба [3; 4] дотримується думки, що для економічного відновлення України і забезпечення економічної безпеки сфери будівництва необхідно: сформувати єдиний координаційний центр для всіх робочих груп, які беруть участь у цьому процесі; забезпечити жорсткий контроль та прозорість за рухом і цільовим використання коштів; продовжити системну роботу з удосконалення стандартизації і нормування будівельної продукції на основі міжнародних стандартів; відновити кредитування на ринку будівництва, залучати іноземні інвестиції для фінансування і розвитку будівельних проектів; сприяти і стимулювати впровадженню у будівництво передових технологій і матеріалів з урахуванням наявного світового досвіду, залучати до цього процесу провідних фахівців України та іноземних спеціалістів; впроваджувати безвідходне, маловідходне виробництво (зокрема, будівельних матеріалів); залучати іноземних експертів для посилення потенціалу будівельних компаній (зокрема, кадрового потенціалу) тощо.

Поряд з тим, І. Крилова [5] за результатами проведених досліджень стверджує, що відновлення пошкодженого житлового фонду як важливої складової сфери будівництва можна здійснити через окремі механізми отримання компенсацій у вигляді нового житла (яке можна і необхідно побудувати) або із залученням Фонду державного майна України [6] через розрахунок і надання суми компенсації на відповідний ремонт, для відновлення пошкодженого майна тощо. Ці процедури можна та рекомендується прискорити і спростити шляхом дерегуляції. Дерегуляція передбачає усунення надмірних і скасування окремих нормативних обмежень і неефективних процедур контролю, усунення зайвого регулювання, зокрема ліцензування, удосконалення систем сертифікації, моніторингу, а також окремих видів

експертиз та усунення інших обмежень для бізнесу, економіки у воєнний і післявоєнний час [5].

Тут також на особливу увагу заслуговують висновки за результатами досліджень, приведених у працях [7; 8], які доцільно врахувати в контексті післявоєнного відновлення сфери будівництва (житлового будівництва, будівельної галузі), відбудови і розвитку України. А враховуючи те, що Україна наблизилася до вступу до Європейського Союзу, отримала статус кандидата у члени в ЄС, то окремої уваги в питанні відбудови та будівництва заслуговують деякі пропозиції і рекомендації, приведених у публікаціях [9; 10]. Також важливим завданням є дослідження тенденцій і проблемних аспектів у сфері будівництва України в умовах війни, з точки зору практичного підходу.

Мета статті. Метою статті є дослідження тенденцій і проблем у сфері будівництва України в умовах війни. Для досягнення цієї мети необхідно:

- здійснити порівняльний аналіз аналітичних даних, наявної оперативної інформації щодо відновлення будівництва новобудов у воєнний та довоєнний періоди;
- проаналізувати втрати національної економіки України, зокрема у сфері будівництва, станом на початок липня 2022 року, через повномасштабну війну Росії проти України;
- розглянути рекомендації для відновлення сфери будівництва в умовах воєнного стану, представлених Кабінетом Міністрів України;
- представити реальний стан сфери будівництва в умовах війни, а також розкрити причини, які провокують такий стан, і можливі шляхи вирішення проблем у цьому напрямі.

Для довідки: дослідження здійснено в умовах обмеженості інформації, в інтересах національної безпеки України, виходячи із нестабільності, невідомості, складності і невизначеності зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Війна в Україні спустошила ринок нерухомості і фінансову систему через дуже високий рівень невизначеності, стан небезпеки і ризики, а також є нищівною для ринку нерухомості через руйнування житла і комерційної нерухомості. Як вже зазначалось, станом на кінець травня — початок червня 2022 року, забудовники в Україні відновили роботи менш ніж на половині житлових комплексів, переважно на тих об'єктах, які були збудовані і готові для проживання або перебували на завершальній стадії будівництва. Наразі комерційних інвестицій у нове будівництво майже немає [11].

Так, доцільно зауважити, що у порівнянні із довоєнним періодом, а саме із жовтнем 2021 року на кінець травня поточного року найкраща ситуація по відновленню будівництва новобудов присутня у Волинській, Рівненській, Черкаській, Закарпатській, Вінницькій та Тернопільській областях, оскільки питома вага відновлення будівництва становить понад 85% від показників довоєнного періоду, зокрема у порівнянні із жовтнем 2021 року (рис. 1). При тому взагалі не ведеться будівництво у Кіровоградській, Миколаївській та Херсонській областях, а також у Донецькій та Луганській, дані про які взагалі є відсутні.

За оцінками експертів, собівартість будівництва з початку війни вже зросла на 20% і може

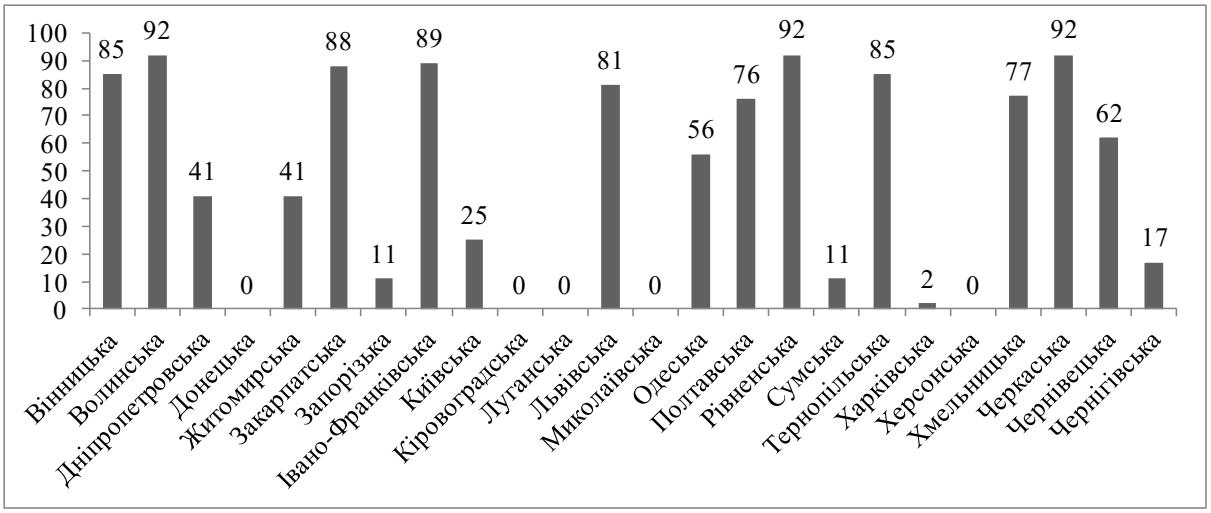


Рис. 1. Питома вага відновлення будівництва новобудов станом на кінець травня у відповідності до жовтня 2021 року, %

Джерело: сформовано на основі [11]

зрости на 30% в залежності від використовуваних матеріалів [12].

З огляду на аналітичні дані щодо реального стану і особливостей функціонування житлово-будівельного комплексу в Україні, доцільно звернути увагу і на втрати, яких зазнала національна економіка України, через російсько-українську війну, станом на початок липня 2022 року. Так, майже за місяць, а саме з 10 травня по 08 червня 2022 року загальні втрати економіки України внаслідок пошкодження фізичної інфраструктури зросли на 9,6 млрд. дол. США (табл. 1). Що стосується конкретно руйнування та пошкодження житлових будинків, то за цей період було зруйновано 8,4 млн. кв.м.

За останніми даними (за оцінками Міністерства економіки України та команди KSE Institute (аналітичного підрозділу Київської школи економіки) за підтримки Офісу Президента України), оприлюдненими 08 червня 2022 року, значно зросли збитки, завданих бізнес-структурам, закладам освіти і охорони здоров'я, а також дитячим садкам, адміністративним будівлям і спорудам та складській інфраструктурі. Так, збитки, завданих українським підприємствам (через руйнування та пошкодження), уже сягнули 11,5 млрд. дол. США, закладів освіти — 1,6 млрд. дол. США, медичних закладів — 1,1 млрд. дол. США, дитячих садків — 576 млн. дол. США. Через війну Росії проти України, станом на 08.06.2022 р., зруйновано (або пошкоджено) або захоплено близько 256 підприємств, включаючи будівельні компанії, 1177 закладів освіти, 656 медичних закладів, 668 дитячих садків, 20 торгівельних центрів (комплексів), 28 нафтобаз, а також 6,3 тис. залізничних колій. Поряд з тим, з початку російсько-української війни пошкоджено, знищено або захоплено щонайменше 44,8 млн. кв.м житлового фонду. Дані уточнюються [14]. Також нагадаємо, що станом на 03 липня 2022 року, житло втратили близько 800 тис. українців [2].

З огляду на такий розвиток подій через війну Росії проти України, Кабінет Міністрів України спростив дозвільні та реєстраційні процедури у будівництві в умовах воєнного стану. Це допоможе значно пришвидшити виконання робіт з капітального ремонту, реконструкції пошкоджених будинків і споруд, сприятиме будівництву нових об'єктів тощо. Так, Постановою КМУ від 24.06.2022 р. № 722 [15], на період дії воєнного стану та протягом року з дня його припинення або скасування, вносяться такі зміни у сфері будівництва, а саме:

1. Планування намірів забудови земельної ділянки, забудова індивідуальних житлових будинків, садів, дачних будинків, інших будівель і споруд на двох і нижче поверхах (площею до 500 кв.м) може здійснюватися без будівельного паспорта відповідно до містобудівної документації місцевого рівня або цільового призначення земельних ділянок.

2. Надання містобудівних умов та прийняття рішення про обмеження або відмову в забудові земельних ділянок уповноваженим органом здійснюється протягом 10-ти робочих днів з дня реєстрації заяви. В іншому випадку, проектування об'єкта будівництва здійснюється без отримання умов та обмежень містобудування, відповідно до обмежень використання земель, визначених у містобудівній документації місцевого рівня та чинного Закону України «Про охорону культурної спадщини».

3. Проектна документація подається замовником на погодження до органу охорони культурної спадщини через Єдину державну електронну систему у сфері будівництва. Таку документацію розглядають та повинні надати відповідь щодо погодження чи правомірної відмови протягом 30-ти днів. У разі відсутності відповіді протягом 30-ти днів погодження проектної документації вважається затвердженим за замовчуванням.

4. Не виконується контрольна геодезична зйомка перед прийняттям і проведенням робіт на об'єктах без ремонту, у будинках, будівлях, спорудах, незавершеному будівництві.

5. Дозволяється також перенесення окремих видів робіт з оздоблення фасадів та благоустрою

Таблиця 1

Втрати економіки України внаслідок пошкодження фізичної інфраструктури

Втрати	станом на:			
	10.05.2022	19.05.2022	25.05.2022	08.06.2022
Втрати економіки України внаслідок пошкодження фізичної інфраструктури, млрд. дол. США	94,3	97,4	105,5	103,9
зокрема:				
Житлові будинки, млн. кв.м	31,0	33,9	39,4	39,4

Джерело: сформовано на основі [13]

територій, крім транспортних проїздів, на період дії воєнного стану та протягом трьох місяців з дня його припинення або скасування.

Видані на підставі цієї постанови реєстраційне повідомлення про початок виконання будівельних робіт та дозвіл на виконання будівельних робіт діють до завершення будівництва [15].

Практика показує, що кількість звернень клієнтів (замовників), що надійшли за червень 2022 року, свідчить про збільшення обсягів будівництва в різних регіонах України. Так, кількість заяв на видачу дозволів на будівництво та актів пробного запуску зросла вдвічі [16].

У період з 15 березня по 15 червня 2022 року головними інспекторами будівельного нагляду Державної інспекції архітектури та містобудування України здійснено опрацювання [16]: 3784-и повідомлення про початок здійснення будівельних робіт; 5514-ть декларацій щодо підготовки об'єкта до експлуатації; 270-ть дозволів на виконання будівельних робіт; 207-м довідок про прийняття об'єктів у експлуатацію; 847-м змін щодо повідомлень, декларацій, дозволів.

Разом з тим, необхідно також звернути увагу на наслідки, які несе сьогодні війна у сферу будівництва в Україні. Перш за все, тут доцільно виокремити причини, зокрема [12; 17]:

1. Висока завантаженість транскордонних логістичних шляхів: коли діяльність більшості виробництв заблокована і лишаються запаси тільки на складах, то скоро наступає ситуація критичної нестачі таких запасів і, як наслідок, зупиняється діяльність.

2. Блокада морського сполучення чинить значний тиск на доставку продукції через західний кордон, у такому випадку суттєво зростає вартість такої продукції.

3. Відсутність будівельних матеріалів: якщо сьогодні наявні запаси та імпортні обсяги будівельних матеріалів використовувати для нового будівництва житлових комплексів, то матеріалів для нагальних аварійно-відновлювальних робіт не буде.

4. Дефіцит робочої сили.

Водночас з'ясовано, що можливими напрямами післявоєнного відновлення сфери будівництва, враховуючи різні точки зору фахівців, можуть бути такі аспекти, як [18; 19]:

- зелене будівництво, яке передбачає спорудження будівель і споруд, при чому їхня експлуатація не чинить жодного шкідливого впливу на стан навколишнього природного середовища;
- спрощена процедура будівництва об'єктів за типовим проектом, в т.ч. у частині, що фіксує відхилення від діючих норм;
- спрощена процедура закупівель;
- знижені вимоги до сертифікації матеріалів;
- знижені вимоги до структури та змісту проектної документації на будівництво, а також знижені вимоги до розгляду проектів будівництва тощо.

Одним із можливих шляхів вирішення проблем, що є перепонами для функціонування і розвитку сфери будівництва в Україні, є: придбання європейських технологій і спрощення процедури ввезення необхідних матеріалів, сертифікованої будівельної продукції та будівельної техніки з європейських країн.

Експертне середовище і органи державної влади в Україні сьогодні вже активно обговорюють питання дерегуляції сфери будівництва та спрощення бюрократичних процедур для забезпечення якнайшвидшого відновлення потенціалу і розвитку країни. Це є позитивним аспектом, адже є розуміння, що в дуже короткий термін потрібно вирішити житлові проблеми сотень тисяч громадян, яким потрібне житло, і не тільки. Безперечно, це рівень державної цільової програми, яку потрібно терміново удосконалювати сьогодні та реалізовувати. Масштабне будівництво і відбудова України передбачає здійснення масштабного фінансування і залучення величезних інвестицій.

Висновки і перспективи подальших досліджень. На основі виконаного дослідження встановлено, що сучасний стан сфери будівництва в Україні потрібно неодмінно покращувати, оскільки втрати, яких зазнала економіка України від російсько-української війни, станом на початок липня 2022 року, включаючи сферу житлового фонду, є досить значними і суттєвими. Враховуючи це, відновлення сфери будівництва в Україні необхідно проводити на державному рівні за рахунок розроблення і реалізації відповідних заходів по відновленню, за фінансової підтримки іноземних держав-партнерів. Тут особливе значення також має залучення іноземних експертів і провідних фахівців України для посилення потенціалу будівельних компаній (зокрема, фінансового і кадрового потенціалу), для врахування безпекових питань і ризиків у майбутньому.

Подальші дослідження доцільно проводити в напрямі пошуку практичних шляхів відновлення сфери будівництва в Україні, включаючи сферу житлового фонду, у воєнний та післявоєнний час.

Література

1. Про заборону пропаганди російського нацистського тоталітарного режиму, збройної агресії Російської Федерації як держави-терориста проти України, символіки воєнного вторгнення російського нацистського тоталітарного режиму в Україну: Закон України 22.05.2022 р. № 2265-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2265-20#Text (дата доступу: 10.07.2022).

2. Близько 800 тис. українців втратили житло через війну // Матеріали ТСН (Телевізійної служби новин). 03.07.2022. URL: https://tsn.ua/ato/blizko-800-tis-ukrayinciv-vtratili-zhitlo-cherez-viynu-2101822.html (дата доступу: 10.07.2022).

3. Коба О. В. Ризики і загрози економічної безпеки будівельної галузі України в умовах воєнного стану // Eurasian scientific discussions: Proceedings of the 4th International scientific and practical conference (May 8–10, 2022). Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain. 2022. P. 367–371.

4. Коба О. В. Економічна безпека будівельної галузі в умовах воєнного стану // Innovations and prospects of world science: Proceedings of the 9th International scientific and practical conference (April 28–30, 2022). Perfect Publishing. Vancouver, Canada. 2022. P. 658–660.

5. Крилова І. І. Необхідність дерегуляції процесів в рамках відновлення пошкодженого житлового фонду та критичної інфраструктури // Публічне управління та адміністрування в умовах війни і в поствоєнний період в Україні: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції у 3-х томах (м. Київ, 15–28 квітня 2022 р.). Т. 2. Київ: ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України, 2022. С. 49–51. URL: https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2022/06/tezy0422-t2.pdf (дата доступу: 10.07.2022).

6. Про затвердження Порядку затвердження проектів будівництва і проведення їх експертизи та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.05.2011 р. № 560 (із змінами і доповненнями). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/560–2011-%D0%BF#Text (дата доступу: 10.07.2022).

7. Заяць В. С. Розвиток житлового будівництва як фактор формування житлових умов населення // Демографія та соціальна економіка. 2019. № 2(3). С. 137–151. doi: https://doi.org/10.15407/dse2019.02.137

8. Богінська Л. О. Стан та перспективи розвитку будівельної галузі України // Економічні студії. 2018. № 2(20). С. 25–28.

9. Norouzi M., Chafer M., Cabeza L. F., Jiménez L., Boer D. Circular economy in the building and construction sector: A scientific evolution analysis // Journal of Building Engineering. 2021. № 44. 102704. doi: https://doi.org/10.1016/j.jobe.2021.102704

10. European Construction Sector Observatory. Building Information Modelling in the EU construction sector. March 2019. URL: https://ec.europa.eu/growth/document/download/974c6fbe-425f-4867–8d20–3db32a3f6fd3_en (дата доступу: 10.07.2022).

11. Звіт про фінансову стабільність, червень 2022 року // Матеріали Національного банку України. 21.06.2022. URL: https://bank.gov.ua/ua/news/all/zvit-pro-finansovu-stabilnist-cherven-2022-roku (дата доступу: 10.07.2022).

12. Брак кадрів та дефіцит матеріалів: як відновлюється ринок будівництва житла та чи подорожчають квартири // Матеріали Інформаційного агентства «Українські Національні Новини». 01.07.2022. URL: https://www.unn.com.ua/uk/news/1983740-brak-kadriv-ta-defitsit-materialiv-yak-vidnovlyuyetsya-rinok-budivnitstva-zhitla-ta-chi-podorozhchayut-kvartiri (дата доступу: 10.07.2022).

13. Новини Київської школи економіки, станом на 04.07.2022. URL: https://kse.ua/ua/about-the-school/novyny (дата доступу: 10.07.2022).

14. За останніми обрахунками загальна сума прямих збитків інфраструктури становить $103.9 млрд. // Матеріали Київської школи економіки. 09.06.2022. URL: https://kse.ua/ua/about-the-school/news/za-ostannimi-obrahunkami-zagalna-suma-pryamih-zbitkiv-infrastrukturi-stanovit-103–9-mlrd/ (дата доступу: 10.07.2022).

15. Деякі питання здійснення дозвільних та реєстраційних процедур у будівництві в умовах воєнного стану: Постанова Кабінету Міністрів України від 24.06.2022 р. № 722. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722-2022-п#Text (дата доступу: 10.07.2022).

16. З початку роботи в умовах воєнного стану ДІАМ опрацьовано більше 10000 звернень замовників // Матеріали Державної інспекції архітектури та містобудування України. 16.06.2022. URL: https://diam.gov.ua/news/z-pochatku-roboti-v-umovah-voyennogo-stanu-diam-opracovano-bilshe-10000-zvernen-zamovnikiv (дата доступу: 10.07.2022).

17. Могильний Г. Будівництво житла під час війни: ліки чи отрута для економіки? // Матеріали «ZN.UA». 22.06.2022. URL: https://zn.ua/ukr/macrolevel/budivnitstvo-zhitla-pid-chas-vijni-liki-chi-otruta-dlja-ekonomiki.html (дата доступу: 10.07.2022).

18. Ткаченко Т. Перспективи зеленого будівництва у майбутньому відновленні України. 31.05.2022. URL: https://decentralization.gov.ua/news/15011 (дата доступу: 10.07.2022).

19. Гурєєва С., Бондаренко Т. Повернути втрачене: які плани має уряд щодо відбудови держави // Матеріали незалежного журналістського бізнес-порталу «MIND.UA». 31.03.2022. URL: https://mind.ua/openmind/20238806-povernuti-vtrachene-yaki-plani-mae-uryad-shchodo-vidbudovi-derzhavi (дата доступу: 10.07.2022).

References

1. Pro zaboronu propahandy rosiiskoho natsystskoho totalitarnoho rezhymu, zbroinoi ahresii Rosiiskoi Federatsii yak derzhavy-terorysta proty Ukrainy, symvoliky voiennoho vtorhnennia rosiiskoho natsystskoho totalitarnoho rezhymu v Ukrainu: Zakon Ukrainy 22.05.2022 r. № 2265-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2265–20#Text (data dostupu: 10.07.2022).

2. Blyzko 800 tys. ukraintsiv vtratyly zhytlo cherez viinu // Materialy TSN (Televiziinoi sluzhby novyn). 03.07.2022. URL: https://tsn.ua/ato/blizko-800-tis-ukrayinciv-vtratili-zhitlo-cherez-viynu-2101822.html (data dostupu: 10.07.2022).

3. Koba O. V. Ryzyky i zahrozy ekonomichnoi bezpeky budivelnoi haluzi Ukrainy v umovakh voiennoho stanu // Eurasian scientific discussions: Proceedings of the 4th International scientific and practical conference (May 8–10, 2022). Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain. 2022. P. 367–371.

4. Koba O. V. Ekonomichna bezpeka budivelnoi haluzi v umovakh voiennoho stanu // Innovations and prospects of world science: Proceedings of the 9th International scientific and practical conference (April 28–30, 2022). Perfect Publishing. Vancouver, Canada. 2022. P. 658–660.

5. Krylova I. I. Neobkhidnist derehuliatsii protsesiv v ramkakh vidnovlennia poshkodzhenoho zhytlovoho fondu ta krytychnoi infrastruktury // Publichne upravlinnia ta administruvannia v umovakh viiny i v postvoiennyi period v Ukraini: Materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii u 3-kh tomakh (m. Kyiv, 15–28 kvitnia 2022 r.). T. 2. Kyiv: DZVO «Universytet menedzhmentu osvity» NAPN Ukrainy, 2022. S. 49–51. URL: https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2022/06/tezy0422-t2.pdf (data dostupu: 10.07.2022).

6. Pro zatverdzhennia Poriadku zatverdzhennia proektiv budivnytstva i provedennia yikh ekspertyzy ta vyznannia takymy, shcho vtratyly chynnist, deiakykh postanov Kabinetu Ministriv Ukrainy: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 11.05.2011 r. № 560 (iz zminamy i dopovnenniamy). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/560-2011-%D0%BF#Text (data dostupu: 10.07.2022).

7. Zaiats V. S. Rozvytok zhytlovoho budivnytstva yak faktor formuvannia zhytlovykh umov naselennia // Demohrafiia ta sotsialna ekonomika. 2019. № 2(3). S. 137–151. doi: https://doi.org/10.15407/dse2019.02.137

8. Bohinska L. O. Stan ta perspektyvy rozvytku budivelnoi haluzi Ukrainy // Ekonomichni studii. 2018. № 2(20). S. 25–28.

9. Norouzi M., Chafer M., Cabeza L. F., Jimйnez L., Boer D. Circular economy in the building and construction sector: A scientific evolution analysis // Journal of Building Engineering. 2021. № 44. 102704. doi: https://doi.org/10.1016/j.jobe.2021.102704

10. European Construction Sector Observatory. Building Information Modelling in the EU construction sector. March 2019. URL: https://ec.europa.eu/growth/document/download/974c6fbe-425f-4867–8d20–3db32a3f6fd3_en (data dostupu: 10.07.2022).

11. Zvit pro finansovu stabilnist, cherven 2022 roku // Materialy Natsionalnoho banku Ukrainy. 21.06.2022. URL: https://bank.gov.ua/ua/news/all/zvit-pro-finansovu-stabilnist-cherven-2022-roku (data dostupu: 10.07.2022).

12. Brak kadriv ta defitsyt materialiv: yak vidnovliuietsia rynok budivnytstva zhytla ta chy podorozhchaiut kvartyry // Materialy Informatsiinoho ahentstva «Ukrainski Natsionalni Novyny». 01.07.2022. URL: https://www.unn.com.ua/uk/news/1983740-brak-kadriv-ta-defitsit-materialiv-yak-vidnovlyuyetsya-rinok-budivnitstva-zhitla-ta-chi-podorozhchayut-kvartiri (data dostupu: 10.07.2022).

13. Novyny Kyivskoi shkoly ekonomiky, stanom na 04.07.2022. URL: https://kse.ua/ua/about-the-school/novyny (data dostupu: 10.07.2022).

14. Za ostannimy obrakhunkamy zahalna suma priamykh zbytkiv infrastruktury stanovyt $103.9 mlrd // Materialy Kyivskoi shkoly ekonomiky. 09.06.2022. URL: https://kse.ua/ua/about-the-school/news/za-ostannimi-obrahunkami-zagalna-suma-pryamih-zbitkiv-infrastrukturi-stanovit-103-9-mlrd/ (data dostupu: 10.07.2022).

15. Deiaki pytannia zdiisnennia dozvilnykh ta reiestratsiinykh protsedur u budivnytstvi v umovakh voiennoho stanu: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 24.06.2022 r. № 722. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722–2022-п#Text (data dostupu: 10.07.2022).

16. Z pochatku roboty v umovakh voiennoho stanu DIAM opratsovano bilshe 10000 zvernen zamovnykiv // Materialy Derzhavnoi inspektsii arkhitektury ta mistobuduvannia Ukrainy. 16.06.2022. URL: https://diam.gov.ua/news/z-pochatku-roboti-v-umovah-voyennogo-stanu-diam-opracovano-bilshe-10000-zvernen-zamovnikiv (data dostupu: 10.07.2022).

17. Mohylnyi H. Budivnytstvo zhytla pid chas viiny: liky chy otruta dlia ekonomiky? // Materialy «ZN.UA». 22.06.2022. URL: https://zn.ua/ukr/macrolevel/budivnitstvo-zhitla-pid-chas-vijni-liki-chi-otruta-dlja-ekonomiki.html (data dostupu: 10.07.2022).

18. Tkachenko T. Perspektyvy zelenoho budivnytstva u maibutnomu vidnovlenni Ukrainy. 31.05.2022. URL: https://decentralization.gov.ua/news/15011 (data dostupu: 10.07.2022).

19. Hurieieva S., Bondarenko T. Povernuty vtrachene: yaki plany maie uriad shchodo vidbudovy derzhavy // Materialy nezalezhnoho zhurnalistskoho biznes-portalu «MIND.UA». 31.03.2022. URL: https://mind.ua/openmind/20238806-povernuti-vtrachene-yaki-plani-mae-uryad-shchodo-vidbudovi-derzhavi (data dostupu: 10.07.2022).

УДК 339.977

Чалюк Юлія Олексіївна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Чалюк Юлия Алексеевна
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономический теории
Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана
Chaliuk Yuliia
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
ORCID: 0000-0002-4128-392X

Довганик Надія Михайлівна
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри політичних технологій
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Довганык Надежда Михайловна
кандидат исторических наук, доцент,
доцент кафедры политических технологий
Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана
Dovhanyk Nadiia
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
ORCID: 0000-0003-3070-2276

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8145

ВПЛИВ ДЕМОГРАФІЧНОГО ФАКТОРУ НА СОЦІАЛЬНО–ЕКОНОМІЧНУ СТАБІЛЬНІСТЬ КИТАЮ

ВЛИЯНИЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО ФАКТОРА НА СОЦИАЛЬНО–ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СТАБИЛЬНОСТЬ КИТАЯ

THE INFLUENCE OF THE DEMOGRAPHIC FACTOR ON THE SOCIO-ECONOMIC STABILITY OF CHINA

***Анотація**. У даному науковому дослідженні проведено аналіз демографічної ситуації у Китаї та її впливу на соціально-економічну стабільність держави. Стабільне і збалансоване демографічне відтворення – важлива умова розвитку будь-якої економіки, держави та суспільства. Реалізація дієвої соціальної політики КНР потребує постійного моніторингу рівня життя різних соціальних груп. Зазвичай, у періоди глибоких і тривалих економічних спадів, фіскальної кризи держава змушена скорочувати соціальні видатки, зменшувати пакет наданих соціальних послуг. Державні служби повинні обґрунтовувати видатки бюджету з точки зору витрат та вигод. Важливо, щоб моніторинг та оцінка видатків бюджету проводилась ефективно та з мінімальними фінансовими витратами, щоб можна було ідентифікувати групи населення, які цього потребують найбільше. Науковий аналіз рейтингу Індексу людського розвитку (Human development index) та даних організації Population Reference Bureau з 1950 по 2100 роки у Китаї, Австрії, Швейцарії, США та Нідерландах доводить прямопропорційну економічну залежність: темп зростання валового внутрішнього продукту (ВВП) напряму залежить від темпу зростання населення та приросту ВВП на душу населення. За допомогою статистичних показників, зафіксованих у сьомому загальнонаціональному переписі населення Китаю, можна прослідкувати залежність між рівнем соціально-економічного розвитку країни та*

демографічною ситуацію в ній. Автор виділяє 5 моделей статево-вікової структури населення: трикутник, парасоля, шолом, дзиґа, капелюх. До 1979 року КНР була притаманна модель парасолі з високим рівнем демографічного зростання. Після політики «одна сім'я–одна дитина» ситуація змінилась. Сучасна демографічна ситуація нагадує модель шолому, основні характеристики якої свідчать про зниження показника народжуваності, зменшення кількості працездатного населення та збільшення частки літніх людей, що призводить до надмірного перевантаження пенсійного системи країни. Саме цю закономірність описує формула 4:2:1, яка характеризує ситуацію, коли уряд Китаю повинен з однієї сторони стимулювати збільшення кількості населення, а з іншої, бути націленим на забезпечення потреб людей старшого віку і створення передумов для формування нової системи економічних відносин під назвою «економіка довголіття» або «срібна економіка».

Ключові слова: *Китай, срібна економіка, демографічний фактор, статистика людського життя, формула 4:2:1.*

Аннотация. *В научном исследовании проведен анализ демографической ситуации в Китае и ее влияния на социально-экономическую стабильность государства. Стабильное и сбалансированное демографическое воспроизводство – важное условие развития любой экономики, государства и общества. Реализация действенной социальной политики КНР требует постоянного мониторинга уровня жизни разных социальных групп. Как правило, в периоды глубоких и длительных экономических спадов, фискального кризиса государство вынуждено сокращать социальные расходы, уменьшать пакет предоставляемых социальных услуг. Государственные службы должны обосновывать расходы бюджета с точки зрения расходов и выгод. Важно, чтобы мониторинг и оценка расходов бюджета проводились эффективно и с минимальными финансовыми затратами, чтобы можно было идентифицировать группы населения, которые в этом нуждаются больше всего. Научный анализ рейтинга Индекса человеческого развития (Human development index) и данных организации Population Reference Bureau с 1950 по 2100 годы в Китае, Австрии, Швейцарии, США и Нидерландах доказывает прямопропорциональную экономическую зависимость: темп роста валового внутреннего продукта (ВВП) напрямую зависит от темпа роста населения и прироста ВВП на душу населения. С помощью статистических показателей, зафиксированных в седьмой общенациональной переписи населения Китая, можно проследить зависимость между уровнем социально-экономического развития страны и демографической ситуацию в ней. Автор выделяет 5 моделей половозрастной структуры населения: треугольник, зонтик, шлем, юла, шляпа. До 1979 году КНР была присуща модель зонта с высоким уровнем демографического роста. После политики «одна семья – один ребенок» ситуация изменилась. Современная демографическая ситуация напоминает модель шлема, основные характеристики которой свидетельствуют о снижении показателя рождаемости, уменьшении количества трудоспособного населения и увеличении доли пожилых людей, что приводит к чрезмерной перегрузке пенсионной системы страны. Именно эту закономерность описывает формула 4:2:1, характеризующая ситуацию, когда правительство Китая должно с одной стороны стимулировать увеличение населения, а с другой, быть нацеленным на обеспечение потребностей людей старшего возраста и создания предпосылок для формирования новой системы экономических отношений под названием «экономика долголетия» или «серебряная экономика».*

Ключевые слова: *Китай, серебряная экономика, демографический фактор, статистика человеческой жизни, формула 4:2:1.*

Summary. *This research analyzes the demographic situation in China and its impact on socio-economic stability. Stable and balanced demographic reproduction is an important condition for the development of any economy, state and society. The implementation of effective social policy in China requires constant monitoring of the living standards of various social groups. Usually, in periods of deep and prolonged economic downturns, fiscal crisis, the state is forced to cut social spending, reduce the package of social services. Public services must justify budget expenditures in terms of costs and benefits. It is important that the monitoring and evaluation of budget expenditures is carried out efficiently and with minimal financial costs, so that the groups of the population who need it most can be identified. Scientific analysis of the Human Development Index and Population Reference Bureau data from 1950 to 2100 in China, Austria, Switzerland, the United States and the Netherlands shows a direct proportional economic dependence: the growth rate of gross domestic product (GDP) directly depends on the growth rate population and GDP growth per capita. Using the statistics recorded in the Seventh National Census of China, it is possible to trace the relationship between the level of socio-economic development of the country and its demographic situation. The author identifies 5 models of gender and age structure of the population: triangle, umbrella, helmet, spinning top, hat. Until 1979, China had an umbrella model with a high level of population growth. After the «one family – one child» policy, the situation has changed. The current demographic situation is reminiscent of the helmet model, the main characteristics of which show a decrease in the birth rate, a decrease in the working age population and an increase in the share of older people, which leads to excessive overload of the country's pension system. This pattern is described by the formula 4: 2: 1, which characterizes the situation when the Chinese government must, on the one hand, stimulate population growth, and on the other hand, be aimed at meeting the needs of older people and creating conditions for a new system of economic relations «longevity economy» or «silver economy».*

Key words: *China, silver economy, demographic factor, statistics of human life, formula 4:2:1.*

Постановка проблеми. Стабільне і збалансоване демографічне відтворення — важлива умова розвитку будь-якої держави та фундамент, на якому тримається суспільство, передумова економічного, соціального, інтелектуального, політичного розвитку країни. Саме цей фактор відображає взаємозв'язок темпів та пропорцій суспільного розвитку з кількісними та якісними характеристиками населення (чисельністю, статево-віковою та сімейною структурами, динамікою народжуваності та смертності, станом здоров'я, тенденцією та структурою міграційних потоків).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у ґрунтовне дослідження проблеми народонаселення, пошук інструментів підвищення життєвого рівня населення і продуктивності праці Китаю зробили такі науковці-теоретики і вчені-практики, як Ансон Дж., Чен Л., Гран А., Пенг Г., Зонг З., Сарога Дж., Ван Дж., Бао Ч., Крінг С., Куженко М., Федин В., Стабіас С., Степенова О. Інформаційною базою роботи виступають статистичні дані Відділу народонаселення Департаменту з економічних та соціальних питань ООН, аналітичні матеріали Міністерства людських ресурсів та соціального забезпечення Китаю, наукові звіти організації Population Reference Bureau. Актуальною залишається необхідність трансформувати механізми функціонування економіки Китаю на різних ієрархічних рівнях; адаптувати їх до демографічних та соціально-економічних тенденцій розвитку, обумовлених збільшенням тривалості життя та старінням населення; визначити майбутні перспективи економічного зростання та фіскальної політики для забезпечення суспільної згуртованості та соціальної рівності.

Постановка завдання. У роботі поставлені конкретні практичні завдання: провести аналіз демографічної ситуації у Китаї та її впливу на соціально-економічну стабільність держави; охарактеризувати модель статево-вікової структури населення Китаю; оцінити дієвість соціальної політики КНР у періоди глибоких і тривалих економічних спадів, фіскальної кризи держави; прослідкувати залежність між рівнем соціально-економічного розвитку країни та демографічною ситуацію в ній.

Виклад основного матеріалу дослідження. *Розвинені країни* з низькою щільністю та відсотком працездатного населення потребують дієвих механізмів стимулювання збільшення чисельності населення, щоб не відставати від економічного розвитку. З іншого боку, *слаборозвинені країни* з високою щільністю населення та відсотком працездатних громадян будуть мати негативні наслідки такої політики, які згубно позначаться на економіці країн [13]. Людина — це і виробник, і споживач. Для того, щоб збалансувати темпи виробництва і споживання, необхідно підтримувати певний рівень соціально-економічного забезпечення населення. Стан економіки визначає відповідний рівень соціального забезпечення. Між зростанням населення та соціально-економічним розвитком існує очевидний і тісний зв'язок. *Якщо населення зросте занадто швидко,* виникнуть серйозні соціально-економічні проблеми, такі як надлишок робочої сили, безробіття, недостатня наявність орної землі, дефіцит комунального житла, збільшення попиту на послуги освіти та охорони здоров'я [1]. Крім того, швидке зростання населення може спричинити техногенне навантаження на природу. Внаслідок перенаселення тиск на природні ресурси посилиться, що може завдати шкоди навколишньому середовищу та створити екологічний дисбаланс. Отже, ми повинні намагатися ґрунтовно вирішувати проблему народонаселення та підтримувати збалансоване співвідношення між зростанням населення та економічним розвитком.

Політика в галузі народонаселення, на наш погляд, повинна включати наступні рекомендації:

1) ґрунтуватися на економічному розвитку суспільства;
2) оскільки економіка і населення тісно пов'язані, працювати над їх покращенням одночасно;
3) кількість та якість життя населення взаємопов'язані складові, які потребують одночасного корегування.

Правильне врегулювання відносин між населенням та економічним розвитком суспільства може призвести до швидкого покращення економічного розвитку та рівня життя цього суспільства.

Демографічний фактор є одним із ключових чинників соціально-економічної стабільності держави. Рисунок 1 побудований на основі даних рейтингу Індексу людського розвитку *(HDI, Human development index)* та показників динаміки зростання чисельності населення з 1950 по 2100 роки у Швейцарії, Австрії, Нідерландах, США та Китаї.

Рисунок 1 демонструє ***прямопропорційну економічну залежність***: *темп зростання валового внутрішнього продукту (ВВП) напряму залежить від темпу зростання населення та приросту ВВП на душу населення.*

Зміна обсягів виробництва пов'язана не лише зі змінами основного капіталу чи технологічним розвитком, але й зі змінами людського капіталу. Очевидно, що модель економічного зростання

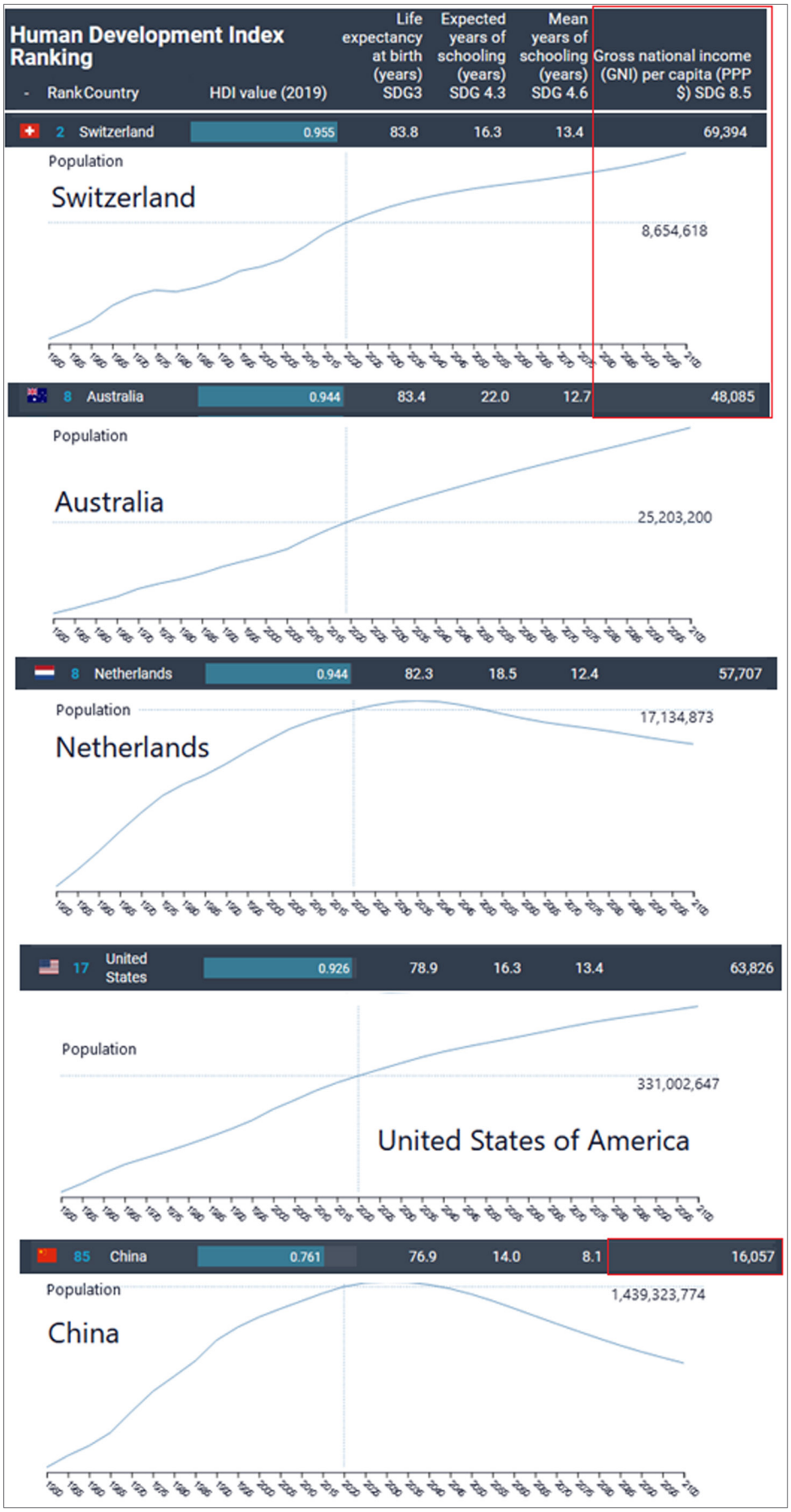


Рис. 1. Залежність темпу зростання ВВП від темпу зростання населення

Джерело: [3; 7]

країни має орієнтуватися на демографію як ключовий показник. Зростання народжуваності у країні сприяє приросту робочої сили, збільшенню споживання, забезпечує високий рівень виробництва товарів та послуг, сприяє збільшенню непрямих податків для держави, що у свою чергу компенсує витрати на стимулювання народжуваності [10].

Важливо прослідкувати залежність між рівнем соціально-економічного розвитку країни та демографічною ситуацію в ній. Існує п'ять моделей статево-вікової структури населення (див. рис. 2).

- ***Модель трикутника*** притаманна країнам, які впровадили політику підтримання народжуваності та імміграції молоді в трудовому віці, виплату пенсій за віком, забезпечили соціальну допомогу населенню країни (Бельгія, Нідерланди, Люксембург).
- ***Модель парасолі*** притаманна країнам, де триває значне демографічне зростання (Індія, Китай). Більшість населення становлять діти різного віку. Поряд з високою дитячою смертністю, нетривалим середнім віком життя (особливо в сільській місцевості), збереглись традиції ранніх шлюбів і багатодітності в сім'ях.
- ***Моделі трикутника та парасолі*** — зростаючий тип, притаманний країнам, де збільшення кількості населення пов'язане з високими показниками народжуваності, великою часткою дітей, короткою тривалістю життя, малою часткою літніх людей.
- ***Модель шолому*** характерна для розвинених країн (Австрія, Німеччина, Велика Британія). Незначна народжуваність призводить до фактично однакової кількості дітей та людей працездатного віку. Спостерігається тенденція брати шлюб після 30 років. Народження першої дитини відкладається, що не сприяє створенню багатодітної сім'ї.
- ***Модель дзиґи*** притаманна країнам, які відчувають значну демографічну кризу упродовж тривалого часу (Швеція, Швейцарія, Норвегія). Кількість новонароджених скорочується, частка бездітних сімей та одиноких людей зростає.
- ***Моделі шолому та дзиґи*** властиві розвиненим країнам із першим типом відтворення: зниження показника народжуваності, мала частка дітей, велика частка літніх людей, висока очікувана тривалість життя й процес старіння населення. Це тип піраміди зі звуженою основою, розширеною серединою та вузькою верхівкою.
- ***Модель капелюха*** є найпоширенішою у світі (США, Австралія, Нова Зеландія). Після довготривалої стабільної соціально-економічної ситуації почався період різкого зростання народжуваності (*baby boom*), з'являлись великі групи населення одного віку. Інший період настає з досягненням людьми цієї групи похилого віку — починається демографічне старіння населення.

Вище наведений матеріал та дані відділу народонаселення Департаменту з економічних та соціальних питань ООН допоможуть розглянути динаміку змін у структурі населення Китаю (див. рис. 3).

У 1950 році ми бачимо чітко виражену *модель парасолі*, де більшу частину населення становлять діти (34,04%). У 2022 році тенденція змінюється, структура населення Китаю нагадує *шолом*, де основу становлять люди працездатного віку (69,73%). За прогнозами аналітиків, до 2050 року структура населення країни нагадуватиме *капелюх*, де значну частину становитимуть представники похилого віку (26,07%), зменшиться відсоток народжених (14,15%). Основне економічне навантаження ляже на працююче населення, що суттєво скоротиться (59,78%).

Населення Китаю почало швидко зростати у період з 1949 по 1982 роки, досягнувши 1 008 170 000 чоловік. Швидкому зростанню населення сприяв високий рівень народжуваності у поєд-

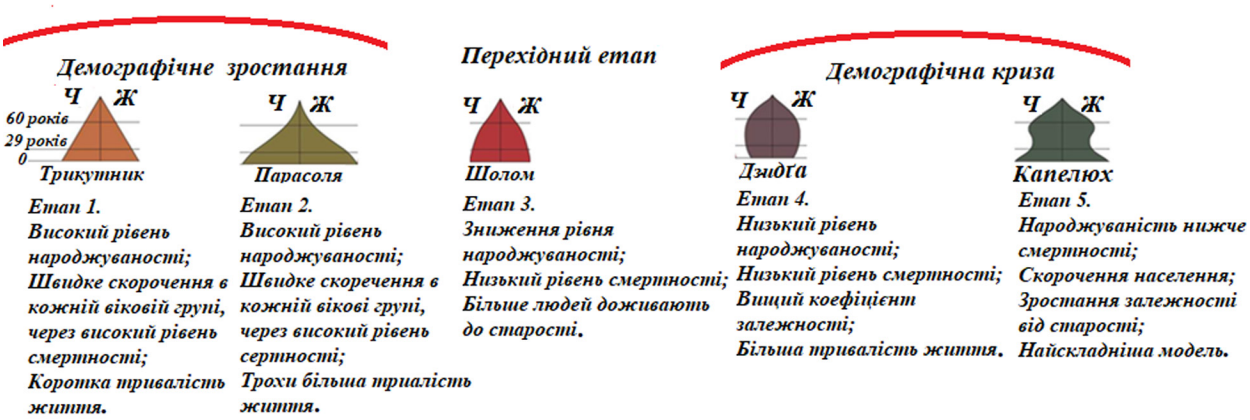


Рис. 2. П'ять моделей статево-вікової структури населення

Джерело: [9]

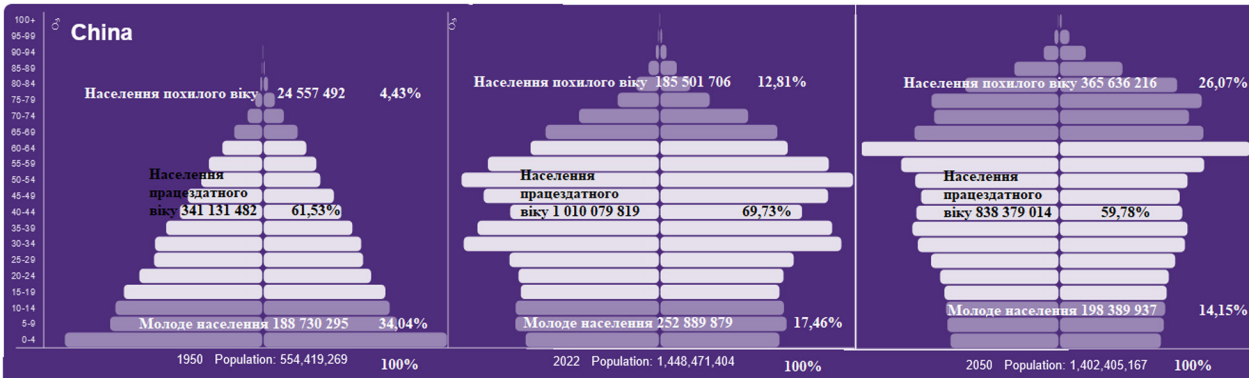


Рис. 3. Динаміка змін структури населення Китаю у 1950 р., 2022 р., 2050 р.

Джерело: [12]

нанні з низькою смертністю, патріархальний тим сімейних відносин та помилкове припущенням, що людина є лише виробником, а не споживачем. Швидке зростання населення КНР безпосередньо знижує економічний розвиток країни. У відповідь на геометричне зростання населення, уряд Китаю не встигає створити достатню кількістю робочих місць. Зростання населення вже скоротило орні землі з 3 до 1,5 млн. га у період з 1949 по 2020 роки. Додаткові джерела навантаження створюють санітарно-гігієнічні проблеми.

Уряд Китаю намагався виробити дієву стратегію розвитку країни, яка б поступово сповільнила зростання населення відповідно до економічного розвитку. Тоді б держава змогла покращити систему охорони здоров'я та освіти, а отже і якість населення.

Політика «однієї дитини» або ***«одна сім'я–одна дитина»*** була запроваджена в КНР у 1979 році та побудована на ***теорії народонаселення (синь женькоу лунь)*** китайського економіста та демографа Ма Іньчу. Ця теорія має соціально-економічний характер. *В її основу покладено:*

- вирішення протиріччя між споживанням та накопиченням, пошук шляху підвищення життєвого рівня населення і зростання продуктивності праці;
- у матеріальному виробництві — накопичення капіталу за допомогою розвитку легкої промисловості, яка забезпечує швидке відшкодування витрачених коштів. У сільському господарстві пріоритет наданий технічним культурам;
- у «людському житті» — обмеження чисельності та підвищення якості населення. У 1970-х роках населенню країни загрожували перенаселення та голод. *На одну жінку припадало у середньому шість дітей.*

Для стримування приросту населення влада Китаю провела перепис населення («*статистика людського життя*»), включила показник приросту в п'ятирічні плани розвитку економіки Китаю, підвищила шлюбний вік до 23 років для жінок й 25 років для чоловіків, запровадила матеріальне стимулювання за принципом *«премія за другу, прогресивний податок на третю і наступну дитину»*. У 1979 році ханцям (основний етнос Китаю), які живуть у містах, заборонили мати більше однієї дитини. Жителі села могли народити другу дитину, тільки якщо першою була дівчинка. Лише представникам нацменшин можна було мати двох-трьох дітей. Порушникам загрожували величезні штрафи, позбавлення роботи та у деяких випадках примусовий аборт (див. рис. 4).

Дані рисунку 4 демонструють наслідки політики *«однієї дитини»*, що призвели до катастрофічної нестачі робочої сили та активізували процес старіння населення.

Коефіцієнт народжуваності Китаю став нижче рівня відтворення населення. Така сама ситуація спостерігається у країнах Східної Азії з високим рівнем доходу — Японії, Південній Кореї, Гонконгу, Макао, Тайвані (див. рис. 5).

За даними перепису кількість працездатного населення Китаю становить 880 млн. людей віком від 16 до 59 років. Китай при цьому залишається країною, що розвивається, де відбувається збільшення тривалості життя, але зберігається відносно ранній вік виходу на пенсію — 55 років для жінок і 60 років для чоловіків. Найближчими роками Китай може перестати бути найбільшою за чисельністю країною світу. Індія, за офіційними розрахунками, відстає лише на кілька десятків мільйонів людей, при цьому їх чисельність зростає майже на 1% щорічно. За даними *сьомого загальнонаціонального перепису КНР* у 2020 році чисельність населення становила 1,41 млрд. людей, що на 5,38% більше, ніж за даними *шостого перепису* 2010 року. Проте, це менше ніж за

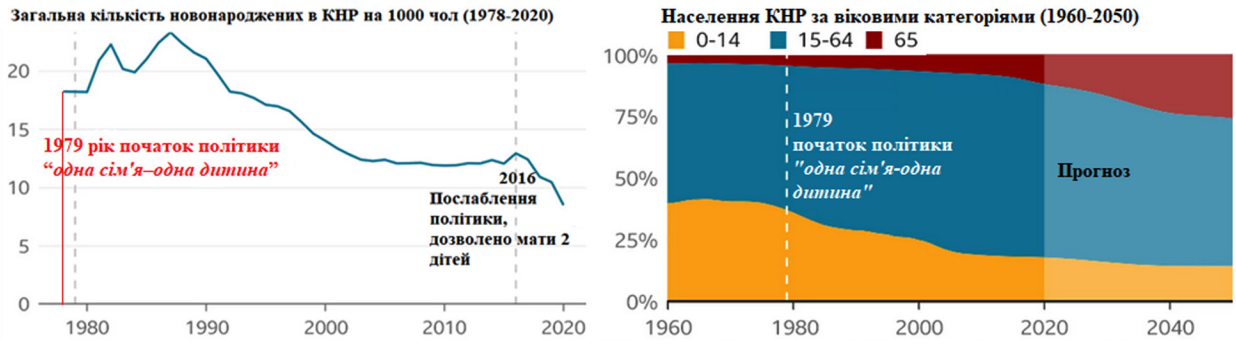


Рис. 4. Рівень народжуваності з 1960 по 2040 рр.

Джерело: [16]

період з 2000 по 2010 роки (0,58%). У 2020 році в КНР народилось 12 млн. дітей, тоді як у 2016 році — 18 млн.

В країні відчутний дисбаланс у віковому та гендерному розподілі населення, що призводить до додаткових витрат держбюджету на пенсії, соціальне страхування та медичні послуги. Китайські аналітики вивели *формулу 4:2:1*, що характеризує сучасну китайську сім'ю, яка складається з чотирьох бабусь та дідусів, двох батьків, які працюють, й однієї дитини (див. рис. 6).

Голова статистичного відомства Нін Цзічже зазначив, що зниження народжуваності — це природний результат соціально-економічного розвитку Китаю. Така тенденція спостерігається у всьому світі. У міру зростання забезпеченості

	Population (millions) mid-2021	Births per 1,000 Population	Deaths per 1,000 Population	Rate of Natural Increase (%)	Population (millions)		Percent of Population		Life Expectancy at Birth (Years)			GNI per Capita, PPP[1]
					mid-2035	mid-2050	Ages <15	Ages 65+	Total	Males	Females	
ASIA	**4,651**	**16**	**7**	**0.9**	**5,043**	**5,192**	**24**	**9**	**74**	**72**	**76**	**13,584**
East Asia	**1,650**	**8**	**7**	**0.1**	**1,622**	**1,485**	**17**	**15**	**78**	**76**	**80**	**20,907**
China	1,412.3	8	7	0.1	1,383.8	1,266.5	18	14	77	75	79	17,200
China, Hong Kong SAR[h]	7.5	6	7	-0.1	7.9	7.9	12	18	85	83	88	62,510
China, Macao SAR[h]	0.7	8	3	0.5	0.8	0.8	13	13	84	81	87	*117,340*
Japan	125.4	7	11	-0.4	123.6	109.9	12	29	84	81	87	*43,760*
Korea, North	25.9	14	9	0.4	26.8	26.6	20	9	73	69	76	—
Korea, South	51.8	5	6	-0.1	51.6	47.7	12	17	83	80	86	43,480
Mongolia	3.4	23	5	1.8	4.2	5.1	32	4	71	67	76	10,930
Taiwan	23.5	7	7	0.0	22.7	20.4	13	16	81	78	84	57,470

Рис. 5. Структура населення країн Східної Азії

Джерело: [8]

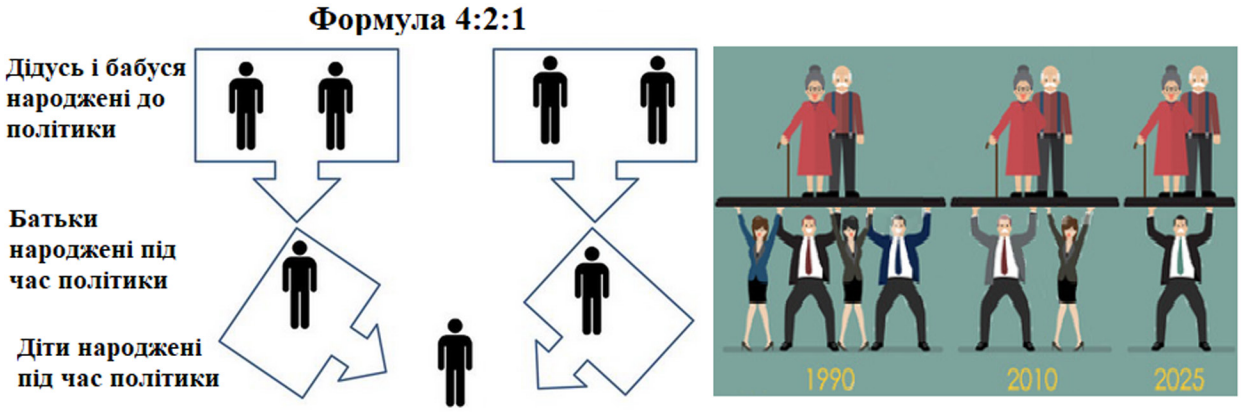


Рис. 6. Формула 4:2:1

Джерело: [11]

населення та рівня освіти, а також з розвитком пенсійної системи люди змінюють пріоритети і роблять ставку на кар'єру, замість народження дітей, які будуть годувати батьків у старості. Проте це провокує нову проблему: населення старіє і в один момент молодих та працюючих може перестати вистачати для того, щоб на гідному рівні утримувати людей похилого віку. *Майбутня соціально-економічна тенденція* така: у 1990 році *четверо* працюючий громадян утримували двох пенсіонерів, у 2010 році *двоє* працюючих громадян утримували двох пенсіонерів, а у 2025 році *один* працюючий громадянин буде утримувати двох пенсіонерів.

Ситуація демонструє збільшення навантаження непрацездатних осіб похилого віку на зайнятих. Система соціального пенсійного забезпечення та медичного страхування не задовольняють потреби старіючого суспільства. Населення похилого віку зростає, рентабельність пенсійних інвестицій низька, пенсійні фонди майже у половині провінцій Китаю не в змозі витримувати зростаюче фінансове навантаження [11].

Наприкінці 2011 року 9,1% (123 млн.) населення материкової частини Китаю було у віці 65 років і старше. З 2000 року процес старіння населення почав прискорюватись [6]. За прогнозами ООН частка населення у віці 65 років і старше перевищить 15% (200 млн.) у 2027 році, 20% (300 млн.) у 2035 році, 25% (330 млн.) у 2050 році, 100 млн. населення будуть у віці старше 80 років (див. рис. 7).

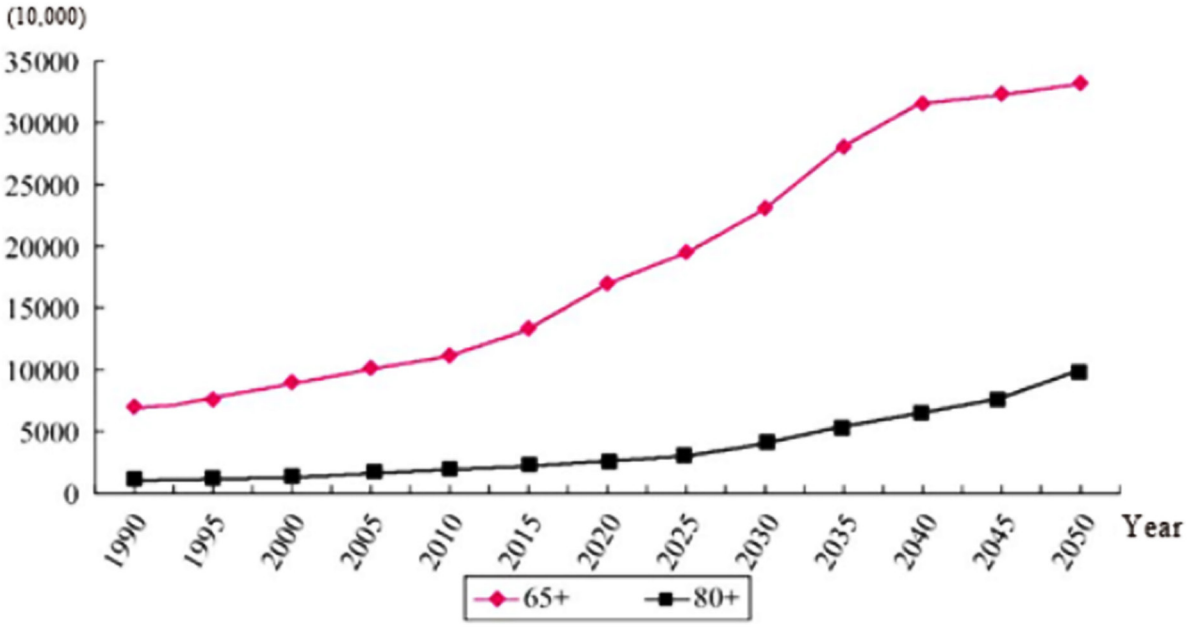


Рис. 7. Зростання частки населення Китаю старше 65 років

Джерело: [5]

У Китаї вважають, що *«багато дітей — багато багатства»*, віталося *«продовження роду з покоління в покоління»*. Саме тому до середини XX ст. народжуваність була на високому рівні — 5,68. У період з 1980 по 2000 роки вона знизилася до 1,75. Таким чином, частка населення Китаю за минуле століття скоротилася з j світового населення в 1900 році до 18,5% у 2016 році.

На даний момент у КНР проживає 1,41 млрд. людей. Населення Китаю досягне піку у 2029 році та становитиме 1,442 млрд., потім почнеться період зменшення кількості жителів країни [5].

Політика *«однієї дитини»* скасувала заборону на другу дитину 1 січня 2016 року. Після цього було зафіксовано рекордне за останні 20 років число новонароджених — 17, 8 млн. Однак згідно з опитуванням, проведеним у 2015 році, 60% сімей не планують народжувати другу дитину через фінансові труднощі [2]. Виконавчий директор Міністерства людських ресурсів та соціального забезпечення Сунь Іцюнь зазначив, що у країні посилюється занепокоєння серед людей похилого та середнього віку через недостатню соціальну підтримку. Британська організація охорони (*Bupa, British healthcare organization*) опитала 12 262 людей у 12 країнах щодо їхнього ставлення до старіння та виявила, що майже третина китайських респондентів відчувають депресію, коли думають про старіння. Це свідчить про те, чому в останні роки спостерігається тривожне зростання рівня самогубств серед літніх людей у містах. За словами Цзін Цзюня, професора соціології Університету Цінхуа, щорічний рівень самогубств серед людей 70–74 річного віку зріс до 33 випадків на кожні 100 000 людей у період з 2002 по 2008 роки, порівняно з 13 випадками у 1990-х роках. Ще більша кількість самогубств у сільській місцевості. Дослідження, проведені у провінції Хубей Університетом науки і техніки Хуачжун, показало, що в деяких селах причиною самогубства серед осіб похилого віку є втрата робочого місця. За даними Китайського національного комітету з питань старіння, кількість людей у віці 60 років і вище становила 185 мільйонів, тобто майже 13% населення. Експерти стверджують, що нагальним для уряду Китаю є покращення системи соціального забезпечення. Влада пропагує створення спеціальних закладів догляду за людьми похилого віку, гарячі лінії швидкої допомоги та професійні консультації з лікарем. Багато забудовників розпочали будівництво житлових проектів, спрямованих на задоволення потреб сімей 4:2:1. У Шанхаї, де більше 20% населення літні люди, можуть відстрочити виплату пенсії на п'ять років і продовжити роботу після досягнення обов'язкового пенсійного віку. Цей крок, запроваджений міським управлінням кадрів, спрямований на усунення фінансової нестачі у фонді соціального страхування.

У 2019 році рівень народжуваності склав 10,48 дитини на 1 тисячу населення. У 2021 році в рамках боротьби зі старінням населення влада Китаю дозволила мати трьох дітей. Рішення прийнято на засіданні Політбюро ЦК КПК. Цей захід покликаний поліпшити демографічну ситуацію в країні. Одночасно прийнятий пакет заходів зі стимулювання народжуваності.

Аналітики Світового банку та Міжнародної організації праці припускають, що у найближчі 10–40 років усі розвинені країни зіштовхнуться з проблемою старіння населення через скорочення народжуваності та збільшення тривалості життя населення. Цей процес чинитиме тиск на їхнє довгострокове економічне зростання та негативно позначиться на зростанні структурної продуктивності економіки.

Натомість влада Китаю націлена на забезпечення збалансованого розвитку *«срібної економіки»* [15]. Ця сфера економіки охоплює виробництво та надання послуг, які орієнтовані на потреби населення старшого віку. Срібна економіка виступає ресурсом інклюзивного розвитку економіки Китаю, націлена на вирішення багаточисленних проблем літніх людей за рахунок використання їхнього потенціалу, що призведе до економічного зростання країни та підвищення рівня інклюзивного розвитку економіки. Стратегія соціально-економічного розвитку Китаю повинна бути націлена на забезпечення активного та здорового процесу старіння населення, створення справедливої та надійної системи державних послуг, які б задовольняли потреби старіючого суспільства.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Старіння населення є загрозою соціально-економічній стабільності Китаю. Уряд країни планує подальше ослаблення обмежень, які стосуються народжуваності та повне їх скасування до 2025 року. Через економічно необґрунтовану політику китайського економіста Ма Іньчу «одна сім'я–одна *дитина*» збільшується кількість людей похилого віку та непрацездатних громадян. Натомість знижується народжуваність та зменшується кількість працездатного населення. Ця демографічна ситуація становить загрозу соціально-економічному розвитку держави, спонукає країну до реалізації заходів, які б стимулювали підвищення народжуваності. Такі заходи повинні до-

помогти прискорити зростання економіки країни та збільшити чисельність населення, особливо у північно-східних провінціях (Хейлунцзян, Цзилінь і Ляонін). Проте, існує побоювання, що за такого сценарію народжуваність підвищиться, перш за все, у малозабезпечених сім'ях, які знаходяться у сільській місцевості. Політика однієї *дитини* повинна була знизити рівень бідності у найпроблемніших районах Китаю, натомість торкнулась усієї країни. Аналіз даних відділу народонаселення ООН демонструє надто швидке скорочення осіб працездатного віку, що призводить до надмірного навантаження на економіку та суспільство.

Наразі існують прогалини у захисті молодого працездатного населення. Молоді люди часто отримують нижчу заробітну плату, мають довший робочий час, шкідливі або небезпечні умови праці та низький рівень гарантій зайнятості чи соціального захисту. Влада КНР повинна переглянути трудове законодавство, щоб виявити прогалини у нормативно-правових актах, а також надати рекомендації щодо зміни політики соціального забезпечення трудящих. Крім того, потрібен більш системний зв'язок між галуззю освіти та потребами ринку праці, прогнозуванням попиту на робочу силу, щоб школи могли своєчасно реагувати на проблеми соціально-трудових відносин.

Уряд КНР повинен розглянути низку варіантів забезпечення населення у бідних сільських регіонах. Багато країн успішно розробили програми умовних грошових переказів для груп, які ризикують рано закінчити школу та вийти на ринок праці. Китай може запозичити цей досвід. Бідне сільське населення потребує розвитку професійних навичок, а також розширення можливостей і стимулів для активного підприємництва. Паралельно з цим необхідно продовжувати збільшувати інвестиції у сільську освіту для забезпечення паритету з міською школою. Стипендії та розширені стимули для вчителів у віддалених місцях стануть важливим елементом покращення якості освіти. Влада Китаю намагається стимулювати міських випускників працювати у віддалених і сільських районах. Це допомагає боротися не лише з низькоякісною освітою у сільській місцевості, а й підтримує працевлаштування випускників.

Демографічна складова закладає передумови для формування нової системи економічних відносин під назвою *«економіка довголіття»*. Перед багатьма країнами світу постала гостра необхідність трансформувати механізми функціонування економіки на різних ієрархічних рівнях; адаптувати їх до демографічних та соціально-економічних тенденцій розвитку, обумовлених збільшенням тривалості життя та старінням населення; визначити майбутні перспективи економічного зростання та фіскальної політики для забезпечення суспільної згуртованості та соціальної рівності.

Література

1. Anson J. Demographic indices as social indicators. Environment and Planning. 1991. Vol. 23. P. 433–446.

2. Chen L., Mourshed M., Gran A. The $250 billion question: Can China close the skills gap? Available at: https://www.mckinsey.com (дата звернення 13.07.2022).

3. Human development index (HDI). Available at: https://hdr.undp.org/en/content/latest-human-development-index-ranking (дата звернення 13.07.2022).

4. Human Development Reports (HDR 2020). Available at: https://hdr.undp.org/en/2020-report (дата звернення 13.07.2022).

5. OESD. The silver and white economy: the Chinese demographic challenge. Available at: https://www.oecd.org/employment/leed/oecd-china-report-final.pdf (дата звернення 13.07.2022).

6. Peng G., Wenkai S., Zhong Z. Employment Structures in China from 1990 to 2015: Demographic and Technological Change. Available at: https://ftp.iza.org/dp14141.pdf (дата звернення 13.07.2022).

7. Population pyramid (PP). Available at: https://www.populationpyramid.net/(дата звернення 13.07.2022).

8. PRB. 2021 World Population Data Sheet. Available at: https://interactives.prb.org/2021-wpds/ (дата звернення 13.07.2022).

9. Saroha, J. Types and Significance of Population pyramids. Worldwide Journal of Multidisciplinary Research and Development. 2018. Vol. 4 (4). P. 59–69.

10. UIFuture. Available at: https://uifuture.org/publications/dopovid-nenarodzhene-ekonomichne-zrostannya/ (дата звернення 13.07.2022).

11. Wang J., Bao C., Cao J., Kring S. Jobs and skills for youth: review of policies for youth employment of China. Available at: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/—-ed_emp/documents/publication/wcms_502338.pdf (дата звернення 13.07.2022).

12. Worldometer, available at: https://www.worldometers.info/world-population/china-population/ (дата звернення 13.07.2022).

13. Xu D. On the relationship between population and economic development. Celebrating the 35th anniversary of the founding of the People's Republic of China. Renkou Yanjiu, 1984. Sep 29 (5). P. 1–4.

14. Кириленко В. І., Чалюк Ю. О. Інноваційність економік світу. Науковий журнал «Підприємництво та інновації». 2020. Вип. 15. С. 7–14.

15. Куженко М., Федин В., Стабіас С. Срібна економіка: соціальні аспекти та сталий розвиток. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2021. Вип. 17 (2). С. 227–235.

16. Степенова О. В. Економіка довголіття та нові проекції економічного розвитку КНР. Україна–Китай. 2018. № 13. С. 114–119.

References

1. Anson, J. (1991). Demographic indices as social indicators. Environment and Planning, Vol. 23, pp. 433–446.

2. Chen, L., Mourshed M., Gran A. The $250 billion question: Can China close the skills gap?, available at: https://www.mckinsey.com (accessed 13 July 2022).

3. Human development index (HDI), available at: https://hdr.undp.org/en/content/latest-human-development-index-ranking (accessed 13 July 2022).

4. Human Development Reports (HDR 2020), available at: https://hdr.undp.org/en/2020-report (accessed 13 July 2022).

5. OESD. The silver and white economy: the Chinese demographic challenge, available at: https://www.oecd.org/employment/leed/oecd-china-report-final.pdf (accessed 13 July 2022).

6. Peng, G., Wenkai, S., Zhong, Z. Employment Structures in China from 1990 to 2015: Demographic and Technological Change, available at: https://ftp.iza.org/dp14141.pdf (accessed 13 July 2022).

7. Population pyramid (PP), available at: https://www.populationpyramid.net/united-states-of-america/2020/ (accessed 13 July 2022).

8. PRB. 2021 World Population Data Sheet, available at: https://interactives.prb.org/2021-wpds/ (accessed 13 July 2022).

9. Saroha, J. (2018). Types and Significance of Population pyramids. Worldwide Journal of Multidisciplinary Research and Development. Vol.4 (4), pp. 59–69.

10. UIFuture, available at: https://uifuture.org/publications/dopovid-nenarodzhene-ekonomichne-zrostannya/ (accessed 13 July 2022).

11. Wang, J., Bao, C., Cao, J., Kring, S. Jobs and skills for youth: review of policies for youth employment of China, available at: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--ed_emp/documents/publication/wcms_502338.pdf (accessed 13 July 2022).

12. Worldometer, available at: https://www.worldometers.info/world-population/china-population/ (accessed 13 July 2022).

13. Xu, D. (1984). On the relationship between population and economic development. Celebrating the 35th anniversary of the founding of the People's Republic of China. Renkou Yanjiu, Sep 29 (5), pp. 1–4.

14. Kyrylenko V. I., Chalyuk Yu. O. (2020), «Innovatsiynist' ekonomik svitu». Naukovyy zhurnal «Pidpryyemnytstvo ta innovatsiyi». Vol. 15, pp. 7–14. (in Ukrainian).

15. Kuzhenko, M., Fedin, V., StabIas, S. (2021). Sribna ekonomika: sotsialni aspekti ta staliy rozvitok. Aktualni problemi rozvitku ekonomIki regionu. Vol.17(2), pp. 227–235. (in Ukrainian).

16. Stepenova O. V. (2018). Ekonomika dovgolittya ta novi proektsiyi ekonomichnogo rozvitku KNR. Kytay-Ukrayina, Vol. 13, pp. 114–119. (in Ukrainian).

УДК 332.142.4

Чечетова Наталя Федорівна
доктор економічних наук, професор
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського
Chechetova Natalia
Ds. (Economics), Professor
V. Vernadsky Tavriya National University
ORCID: 0000-0003-1988-2923

Кондратенко Наталія Олегівна
доктор економічних наук, професор,
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова
Kondratenko Natalia
Ds. (Economics), Professor
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv
ORCID: 0000-0003-3305-9570

Лелюк Наталія Євгенівна
кандидат економічних наук, доцент
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова
Lelyuk Natalia
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv
ORCID: 0000-0001-8144-7442

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8169

СРІБНА ЕКОНОМІКА – РЕЗЕРВ ТА ПРОФЕСІЙНА ПІДТРИМКА МАЛОГО БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ

SILVER ECONOMY – RESERVE AND PROFESSIONAL SUPPORT OF SMALL BUSINESSES IN THE REGION

Анотація. *Стаття присвячена дослідженню проблем громадян срібного віку, які слід вважати резервом та професійною підтримкою становлення та розвитку малого бізнесу в регіоні. Адаптація економіки до наслідків старіння населення у найзагальнішому вигляді отримала назву «срібної економіки» чи «економіки довголіття». Процес інтеграції груп срібного віку до регіонального ринку праці в умовах сучасного стану соціально-економічного та демографічного розвитку регіонів є актуальним дослідницьким питанням. Результати проведеного дослідження розкривають позитивні сторони залучення представників старших поколінь до трудової активності. Звернення до «срібної» економіки пов'язане з використанням нерозкритого потенціалу старшого покоління, що дозволить не лише знизити демографічні ризики втрати продуктивності, а й виграти від якостей, пов'язаних із характеристиками срібного покоління. У роботі розглядаються теоретичні та методологічні підходи до оцінки трудового потенціалу населення срібного віку. У статті звертається увага на загальносвітову тенденцію старіння населення, зростання зайнятості людей похилого віку, мотиви зайнятості, а також на досвід розвинутих країн у питаннях старіння населення. Чисельність людей срібного віку, що збільшується, характерна для України, і потребує вирішення проблеми щодо їх зайнятості, у тому числі за рахунок розвитку підприємництва цієї групи населення. У дослідженні виконано аналіз особливостей діяльності підприємців срібного віку, аналіз динаміки зміни чисельності срібних підприємців за останні роки в Україні та визначені перспективи розвитку підприємництва срібного віку. Допомога та підтримка з боку держави суб'єктів підприємництва срібного віку може стати одним із способів*

вирішення проблем старіючого населення. На основі аналізу наявної інформації вносяться пропозиції щодо вироблення економічних стратегій та політики держави щодо працюючих людей срібного віку. Зазначається, що ставши підприємцями люди срібного віку зберігають активну діяльність, вирішують багато своїх проблем, забезпечують збільшення зайнятості та сприяють економічному зростанню регіонів.

Ключові слова: *срібна економіка, малий бізнес, працездатний вік, старіння населення, регіон.*

Summary. *The article is devoted to researching the problems of citizens of the silver age, who should be considered a reserve and professional support for the formation and development of small businesses in the region. The adaptation of the economy to the effects of population aging in the most general form has been called the «silver economy», or «longevity economy». The process of integration of silver age groups in the regional labor market in the conditions of the current state of socio-economic and demographic development of the regions is an urgent research question. The results of the study reveal the positive aspects of the involvement of older generations in labor activity. Turning to the «silver» economy is associated with the use of the undisclosed potential of the older generation, which will not only reduce the demographic risks of loss of productivity, but even benefit from the qualities associated with the characteristics of the silver generation. The paper examines theoretical and methodological approaches to assessing the labor potential of the Silver Age population. The article draws attention to the global trend of population aging, employment growth of older people, motivation for employment, as well as the experience of developed countries in the issues of population aging. The increasing number of people of the silver age, which is typical for Ukraine, requires solving the problem of their employment, including through the development of entrepreneurship in this population group. The purpose of the study was to analyze the features of the activity of people of the silver age entrepreneurs, analyze the dynamics of changes in the number of people of the silver age entrepreneurs in recent years in Ukraine and the prospects for the development of t people of the silver age entrepreneurship. Assistance and support from the state to of the silver age in Ukraine business entities can be one of the ways to solve the problems of an aging population. Based on the analysis of available information, suggestions are made on the development of economic policies and policies of the state in relation to working people of the silver age. It is noted that, after becoming entrepreneurs, people of the silver age remain active, solve many of their problems, increase employment and contribute to the economic growth of the regions.*

Key words: *silver economy, small business, working age, population aging, region.*

Постановка проблеми. Проблему «срібної» економіки можна розглядати з різних аспектів. Перший з них фокусується на статистичному аналізі демографічних змін, що відбуваються, і вивченні різних можливостей, таких як поява нових сегментів ринку та адаптованих до їх запитів продуктів, оцінка перспектив продажів та інновації. Другий спрямований на оцінку впливу демографічних змін на національні ринки праці, оцінку та прогнозування якості робочої сили. Нарешті, третій аспект пов'язаний із залученням представників срібного покоління до трудової діяльності. Представлене дослідження стосується саме проблеми залучення представників срібного покоління до бізнесу, зважаючи на їх великий практичний досвід та кваліфікацію, з метою пожвавлення та, в певний період, відновлення економіки регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З різних точок зору теорію та практику «срібної економіки» в своїх працях досліджували такі зарубіжні науковці, як: Марек Радванський та Віліан Паленік (Marek Radvansky, Viliam Palenik) [1], Анна Невидомська та Єва Соболевська (Anna Niewiadomska, Ewa Sobolewska-Poniedzialek) [2], Девід Іток (David Eatock) [3], Мартін Зсарноцький (Martin Zsarnoczky) [4], Венменг Фенг (Van Mang Feng) [5], Бронвін Еванс (Bronwyn Evans) [6]. Серед сучасних українських учених срібну економіку та умови її розвитку в України досліджували А. О. Дєгтярь [7], Н. Г. Диденко [8], Л. М. Івашова [9], І. О. Кірнос [10], О. Крентовська [11], О. Ф. Новікова [12] та інші. В більшості дослідження стосувалися лише окремих напрямків функціонування «срібної економіки». Разом з тим питання активізації трудової діяльності головного драйвера срібної економіки — громадян срібного віку та можливості залучення їх до бізнесу досліджувалися ще недостатньо.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування сутності концепції «срібної економіки», а також дослідження ринку праці громадян срібного віку, як резерву наповнення цього ринку висококваліфікованими, з багатим досвідом фахівцями, які могли б стимулювати відкриття нового бізнесу та його підтримку в складних економічних умовах.

Виклад основного матеріалу. Старіння населення впливає на стан економіки, державні бюджети та фінансові ринки. Натомість країни, в яких створюються сприятливі інституційні умови щодо

розвитку бізнесу в регіонах, зможуть безперечно отримати вигоду від «срібної економіки». Однак, слід зазначити, що вітчизняна економіка ще не вважає людей срібного віку ресурсом економічного зростання, за звичкою вважаючи його тільки певною економічною проблемою. Водночас стереотипи щодо доцільності використання праці та досвіду осіб срібного віку в сучасних економічних умовах зазнають істотних змін. Адже існують достатньо широкі можливості для активної життєдіяльності та включення до соціально-економічної, суспільної, культурної та інших сфер людей срібного віку. Розвиток технологій, насамперед інформаційно-телекомунікаційних, дозволяє людям срібного віку адаптуватися до сучасного соціального простору та бути затребуваними. Але для використання ресурсу старших поколінь на ринку праці необхідна як зміна існуючих інститутів, регулюючих ринок праці, так і одночасне покращення системи працевлаштування та навчання людей срібного віку. В дослідженнях Міжнародного центру довголіття (International Longevity Centre), який є спеціалізованим аналітичним центром Великої Британії і займається дослідженнями впливу довголіття на суспільство, зазначалося, що підприємці, які зможуть адаптуватися до роботи в умовах старіння населення, процвітатимуть у майбутньому, а у тих, хто намагатиметься зберегти статус-кво, будуть складнощі з виживанням [13].

Війна в Україні кардинально змінила як структуру ринку праці в країні, так і підходи до роботи з персоналом, а особливо це питання буде важливе у післявоєнний час. Відновлення економіки в постраждалих регіонах потребуватиме якнайшвидшої активізації підприємницької діяльності. Адже відновлення великого бізнесу, промисловості, потребуватиме значно більшого часу. Утім відновленням житлової інфраструктури та сфери різного виду послуг, з метою створення придатних та комфортних умов проживання населення регіону, займатиметься саме малий та середній бізнес, який за своєю суттю більш динамічний у своєму становленні або відновленні діяльності. Інтенсивне відродження регіонів потребуватиме також створення значної кількості малих та середніх підприємств, які можуть стикнутися з дефіцитом професійних кадрів в силу об'єктивних обставин, які склалися під впливом військової агресії. А оскільки за соціологічними прогнозами в регіонах залишилися в більшості громадяни срібного віку то вони й становитимуть той резерв підтримки малого та середнього бізнесу. Крім того, знання, мудрість і досвід людей срібного віку необхідно активізувати, розповсюджувати та використовувати у всіх можливих галузях та напрямах як сьогодні так і в майбутньому. Слід звернути увагу на те, що в багатьох країнах на людях срібного віку в значній мірі тримається малий бізнес. Так, в країнах Європейського Союзу громадяни, яким більше 65 років, складають приблизно половину (49%) усіх індивідуальних підприємців [14].

Старіння населення в останні роки стало трендом. За прогнозами Організації Об'єднаних націй до 2050 року кількість людей літнього віку подвоїться та досягне 1,5 мільярда [15]. У загальній чисельності населення більшості країн світу спостерігається зростання частки саме людей літнього віку, що певним чином змінює і структуру працездатного населення. Така ситуація складається в результаті позитивних факторів, таких як стан охорони здоров'я та загальне підвищення економічного та соціального рівня і якості життя. Щодо негативних факторів, то на таку структуру в більшості впливає зниження народжуваності. Внаслідок старіння населення, кількість літніх працівників у віці від 55 до 65 років буде зростати і прогнозується, що до 2030 року становитиме майже чверть економічно активного, працездатного населення [16]. Слід зауважити, що найбільшими темпами старіє населення у розвинених регіонах та країнах, зокрема, це Японія, Сінгапур, Західна та Північна Європа, США. У цих країнах зазвичай досить високий рівень життя. Натомість за даними Світового банку найнижчий відсоток населення старше 65 років проживає в таких країнах: ОАЕ (1%), Анголі (2%), Таджикистані (4%), Індії (5%) [17].

В Україні також спостерігається аналогічна тенденція щодо загальної структури старіння населення і, відповідно, зменшення долі працюючих громадян (табл. 1).

Так, на 1 січня 2022 року частка осіб у віці 60 років і старше становила вже 24,76%, водночас в 2018 році — 22,9%. В цілому громадяни старші 60 років — єдина зростаюча група у всіх регіонах України. Звідси економіка регіонів з кожним роком буде ставати все більш «срібною». Водночас слід зауважити, що освітній рівень цієї групи населення з кожним роком буде підвищуватися, а це, відповідно, потребуватиме змін в структурі праці.

Оскільки в Україні, як і у всьому світі відбувається старіння націй, то ринок праці поступово почне зазнавати наслідки спаду молодої робочої сили і, відповідно, попит бізнесу на літніх фахівців зростатиме. Петро Шукальський (Лодзінський університет, Польща) зважаючи на таку світову тенденцію підкреслив важливість саме «срібної

Таблиця 1

Розподіл постійного населення України за віком

Вік (років)	громадян на 1 січня:			
	2018 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Усього	42216 766	41732 779	41418 717	40997 698
60–64	2712 475	2831 695	2910 434	2921 277
65–69	2364 521	2385 967	2376 281	2390 027
70–74	1336 574	1661 698	1846 666	1912 572
75–79	1588 273	1225 016	1063 736	1000 345
80 років і старше	1677 902	1873818	1924 507	1928 162

Джерело: [18]

економіки» для всіх розвинутих країн. Він виділив дві основні тенденції «срібної економіки» — ринкову (вигода для виробників) та соціальну (корисну для людей літнього віку) [19]. Населення старшого віку стає все більш значущим з точки зору споживання та пропозиції. А збільшення тривалості життя разом із інвестиціями у людський капітал, підвищують продуктивність, що може вивести економіку на новий цикл розвитку. У результаті трансформації суспільства формується образ «нової літньої людини» — освіченої, економічно та соціально активної, продуктивної. Залишаючись у складі робочої сили, літні громадяни продовжать робити внесок у соціальний та економічний розвиток суспільства, причому у досить тривалому періоді.

З початку 2000-х років спостерігається тенденція збільшення економічної активності осіб як передпенсійного віку (55–64 роки) так і осіб пенсійного віку (65 і вище) (табл. 2). Найбільш інтенсивне зростання зайнятості відбулося у Бельгії, Німеччині, Нідерландах та Франції. Значно меншою мірою змінилися показники економічної активності осіб передпенсійного та пенсійного віку у США, Японії, Канаді та Великій Британії [20]. Згідно з наведеними даними рівень активності працюючих осіб передпенсійного віку (55–64 роки) коливається від 50% до більш ніж 70%

Таблиця 2

Зайнятість осіб старших вікових груп та ефективний вік відходу з ринку праці

Країна	Ефективний пенсійний вік (років)		Зайнятість (% від вікової категорії)	
	чоловіки	жінки	55–64 років	65 і вище років
Австралія	65,3	64,3	63,8	28,5
Австрія	63,5	60,8	54,0	9,4
Бельгія	61,6	60,5	50,3	5,3
Великобританія	64,7	63,6	65,1	21,3
Німеччина	64,0	63,6	71,4	17,0
Данія	65,1	62,5	70,7	19,2
Іспанія	62,1	61,3	52,2	6,1
Італія	63,3	61,5	53,7	12,3
Канада	65,5	64,0	62,9	25,3
Нідерланди	65,2	62,5	67,7	17,0
Норвегія	66,1	64,1	72,0	29,5
США	67,9	66,5	63,1	31,9
Фінляндія	64,3	63,4	65,4	14,1
Франція	60,8	60,8	52,3	6,5
Швеція	66,4	65,4	78,0	24,0
Швейцарія	66,4	65,0	72,6	22,9
Японія	70,8	69,1	75,2	46,6
ЄС (28)	64,0	62,3	58,7	13,3
ОЕСР	65,4	63,7	61,5	22,3

Джерело: [20]

і найбільш високий цей показник в Німеччині, Данії, Норвегії, Швеції, Швейцарії та Японії.

Слід відзначити високий рівень зайнятості осіб пенсійного віку (65 і вище років). Також європейська статистика доводить, що останніми роками у країнах Організації економічного співробітництва та розвитку (*ОЕСР*) серед пенсіонерів (65 і вище років) економічно активними стають 22% [20].

Для України також притаманна тенденція зростання трудової зайнятості пенсіонерів (таблиця 3).

Трудова активність спостерігається у громадян передпенсійного віку (50–59 р.), причому у жінок за останні п'ять років вона збільшилися на 7,5% проти 2,7% у чоловіків. Зберігається тенденція трудової активності громадян вік яких становить 71 рік та більше — на рівні 1,7% у жінок і 3,3% у чоловіків. Рівень зайнятості людей срібного віку в Україні — один з найнижчих у Європі, що зумовлено низьким порогом пенсійного віку та загалом низьким рівнем економічної активності населення.

Можна виділити наступні аспекти, які обумовлюють актуальність проблеми необхідності залучення літніх людей саме до підприємництва. Адже для великого бізнесу, на наш погляд, суттєвого кадрового голоду не існує завдяки комп'ютеризації, автоматизації та роботизації процесів виробництва. А ось малий бізнес у всіх розвинутих

Таблиця 3

Зайнятість населення України за статтю та віковими групами

Населення	За роками, у % до загальної кількості населення відповідної вікової групи				
	2017	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
Усе населення у віці 15–70 років, за віковими групами	**56.1**	**58.5**	**51,7**	**49.9**	**49,3**
15–24 роки	27,9	27,6	30,6	25,8	24,8
25–29 років	69,7	71,8	73,3	72,1	70,4
30–34 роки	74,6	75,9	76,0	74,5	74,0
35–39 років	77,6	76,7	79,3	75,3	75,0
40–49 років	77,3	79,4	78,7	76,7	76,8
50–59 років	62,9	65,5	67,9	67,9	68,3
60–70 років	13,9	13,2	13,7	13,2	12,8
71 рік і старше		-	2,4	2,1	2,2
Працездатного віку	**64,5**	**66.1**	**67.6**	**65.6**	**65.3**
Жінки	**51.4**	**52.5**	**45.4**	**43.8**	**42.9**
15–24 роки	24,9	24,2	26,8	22,8	22,4
25–29 років	60,1	64,2	62,1	61,7	59,8
30–34 роки	67,3	68,9	67,6	65,0	63,9
35–39 років	72,7	72,2	73,7	69,8	67,2
40–49 років	76,9	78,5	76,8	74,8	74,2
50–59 років	59,0	62,4	65,7	66,0	66,5
60–70 років	12,1	11,3	11,8	11,2	11,0
71 рік і старше	-	-	2,0	1,7	1,7
Працездатного віку	**60.5**	**62.5**	**63.2**	**61.5**	**60.7**
Чоловіки	**61.4**	**62.1**	**59.3**	**56.2**	**56.9**
15–24 роки	30,7	30,9	34,3	28,6	27,1
25–29 років	78,9	79,1	84,1	82,1	80,5
30–34 роки	81,7	82,7	84,1	83,7	83,7
35–39 років	82,5	81,2	84,9	80,9	82,7
40–49 років	77,8	80,3	80,9	78,7	79,5
50–59 років	67,6	69,3	70,6	70,1	70,3
60–70 років	16,5	15,9	16,4	16,2	15,4
71 рік і старше	-	-	3,4	3,2	3,3
Працездатного віку	**68,6**	**69,9**	**72.2**	**69,9**	**69.9**

Джерело: [18]

регіонах потерпає від нестачі професійних кадрів. В першу чергу, це загальна тенденція старіння населення та зменшення чисельності молодих працездатних громадян, призведе до необхідності залучення до трудової активності людей літнього віку. Крім того, існує бажання літніх людей продовжити свою трудову діяльність, мотивами якої можуть бути як необхідність збільшити власні доходи, так і зберегти соціальну активність. Працівники старшого віку залишаються для більшості організацій важливим джерелом знань та експертного досвіду. Підприємці мають залучати досвідчених фахівців з числа пенсіонерів як консультантів та наставників для малих підприємств, що спеціалізуються у виробничій, науково-технічній та інноваційній сферах діяльності. Це можна пояснити тим, що на сьогоднішній день більшість кваліфікованих виробничих і науково-технічних працівників старшого покоління не знаходять застосування у зв'язку зі спадом, що триває, в науково-виробничому секторі економіки. Крім того, найбільша затребуваність потенціалу людей срібного віку також у галузях, що використовують інтелектуальну працю.

Поряд з економічною значимістю трудової активності людей літнього віку слід наголосити на важливість соціального значення працевлаштування високоосвічених пенсіонерів. Зокрема, людям старшого покоління завдяки їх досвіду, більш притаманні позитивні навички міжособистісного спілкування, вони менш конфліктні та розсудливі, що дуже важливо для становлення нового бізнесу. Крім того, у людей похилого віку є ще одне суспільно важливе завдання — показати наступним поколінням, що старість є повноцінний етап життя, який можна проводити активно та творчо і дасть змогу припинити тенденції геронтофобії у сучасному суспільстві.

Слід зауважити, що в регіонах вживаються заходи щодо створення умов та стимулювання активного довголіття, підвищення якості життя людей срібного віку та можливості займатися бізнесом. Протягом останніх мирних років реалізувалися регіональні програми, а також різноманітні програми навчання, проекти, спрямовані на підтримку старшого покоління. Наприклад, у Дніпрі реалізуються два унікальні соціальні проекти для пенсіонерів — «Університет третього віку» та муніципальний табір «Золотий вік»» [21]. Водночас, розробники регіональних програм щодо підтримки підприємництва людей срібного віку мають врахувати безліч питань, зокрема: наскільки доцільно для економіки відповідного регіону, враховуючи демографічну ситуацію, стимулювати та підтримувати людей срібного віку в їх прагненні займатися власним бізнесом; у якому вигляді знадобиться підтримка (консультативна, бюджетна, інвестиційна тощо) початківців у певному виді бізнесу; дослідження причин та факторів, які стримуватимуть розвиток бізнесу людей срібного віку в регіоні та розробка заходів щодо їх применшення або усунення тощо. Цікавим в цьому випадку є досвід Японії щодо можливостей працевлаштування людей срібного віку для покращення їх якості життя. Так, в Осаці в рамках реалізації соціальної політики працює державне агентство з професійного навчання та працевлаштування для осіб віком від 60 років — Центр людського капіталу для людей срібного віку, який надає можливості навчання та працевлаштування у вигляді оплачуваної роботи [22].

Водночас існують обмеження, з якими стикаються люди срібного віку при спробі продовжити трудову діяльність. Дискримінація за віком залишається типовою для сучасних економік, багато робітників негативно ставляться до літніх працівників. Розхожий міф про те, що люди такого віку є кадровим баластом жодним чином необґрунтований. Зокрема, дослідження, проведені консалтинговою компанією Accenture, яка є однією з найбільших компаній у цьому секторі економіки, не підтверджують зазначене твердження. На думку експертів Accenture зростання кількості людей похилого віку не проблема економіки, а новий ресурс для її розвитку. Так, у 2020 р., завдяки використанню потенціалу «срібної економіки» в США, відбулося зростання на 5 млн. робочих місць, а ВВП збільшився на $442 млрд., або на 2,2% [23].

Звичайно, у вік інформаційної економіки, потужних комп'ютерів та сучасних комп'ютерних програм, швидкісного Інтернету молоді люди можуть знайти у всесвітній мережі відповідь на питання, які у них виникають в бізнес процесі. Натомість, Інтернет не може повною мірою замінити практичний досвід людей срібного віку, який вони можуть передати молодому поколінню підприємців. Крім того, доволі часто трансформується думка, що люди срібного віку працюючи займають місця молоді і це призводить до її безробіття. Це твердження також необґрунтоване, оскільки молоді та люди срібного віку обирають різні спеціальності, працюють у різних галузях та відрізняються за рівнем кваліфікації. Сучасна концепція срібної економіки має розглядати людей літнього віку як носіїв корисного досвіду та практичних навичок, які мають здібності та бажання займатися трудовою діяльністю, економічно активні, вод-

ночас, зацікавлені підвищувати свою професійну кваліфікацію та, за необхідності, набувати нових, затребуваних, у тому числі виробничих, навичок.

В Україні, зважаючи на недостатній рівень пенсійного забезпечення, навіть невеликий доробок людей срібного віку, зокрема у якості консультантів в малому бізнесі послужив би дуже ефективним засобом для залучення їх до активної співпраці. Якщо зважити на наведені дані таблиці 2 то в Україні сформувалася ціла група не затребуваних активних людей віком 60 і більше років, які мають великий професійний і життєвий досвід та мають достатню кількість вільного часу. Так, у трудовій діяльності жінок цього віку задіяно тільки 11%, а чоловіків 15,4%. Тому існує потреба щодо включення в ринок праці країни саме таких громадян.

Підтримуючи необхідність залучення в економіку країни людей срібного віку водночас слід розглянути позицію роботодавців щодо цього важливого питання. Роботодавці часто не схильні звільняти працівників старшого віку, беручи до уваги їх високий інтелектуальний капітал. Однак одночасно роботодавці не поспішають наймати робочу силу цієї вікової групи навіть за наявності вакансій, прагнучи заповнити робочі місця, що звільнилися, молодшими кадрами. Так, значна частина роботодавців щодо працівників срібного віку має цілий ряд упереджень. Зокрема, вони вважають, що у таких працівників відбувається швидке знецінення їх досвіду та знань в сучасних умовах розвитку економіки, їх нездатність до адаптації та сприйняття нововведень, незацікавленість у підвищенні рівня своїх знань та кваліфікації, а також у них більш вищі витрати робочої сили на виконання відповідних процесів виробництва. Проте досвід доводить, що зазначені побоювання в більшості своїй безпідставні. Навіть певне зниження трудової активності та не зовсім швидкий пошук інформації в силу недостатнього володіння сучасними інформаційними технологіями, можуть компенсуватися багатим трудовим досвідом щодо вирішення складних ситуацій, наявності власного, набутого трудовим досвідом, широкого кола професійних взаємовідносин зі стейкхолдерами, які необхідні для ефективної роботи відповідного бізнесу, а також високої вмотивованості в праці саме на цьому підприємстві. Крім того, проблема зниження продуктивності праці з віком працівника, яка довгий час в економічній літературі вважалася незаперечним фактом, останнім часом все більше піддається сумніву. Адже підмічено, що різниця у продуктивності праці проявляється всередині вікових груп, ніж між ними.

Структурні зміни, які відбуваються в сучасній економіці створюють більш сприятливі умови для праці працівників срібного віку. Так, ринок праці сьогодні менше потребує професій, які передбачають використання фізичної сили. Адже в галузевій структурі відбувається скорочення частки будівництва, видобувної та обробної промисловості, але одночасно збільшується сфера послуг, де зв'язок між віком та продуктивністю праці практично не простежується. Проведені дослідження фахівцями Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) по 12 країнах, довели, що групи працівників молодого та срібного віку не витісняють, а скоріш всього доповнюють один одного на ринку праці [24].

Необхідно підкреслити, що для нашої країни надзвичайно важливим є вивчення та адаптація зарубіжного досвіду щодо стимулювання та залучення людей старшого віку в активне життя, а саме в бізнес, оскільки в багатьох економічно розвинутих країнах цією проблемою стали займатися значно раніше і розробляють проекти підтримки людей срібного віку, які себе добре зарекомендували та ефективно працюють. Для стимулювання зайнятості людей срібного віку в бізнесі в цих країнах застосовуються різноманітні форми та методи стимулювання. Умовно їх можна поділити на примусові та заохочувальні. Натомість у більшості країн пріоритет віддається заходам заохочення. Так, у Німеччині протягом багатьох років діє федеральна урядова програма «Знання та досвід на службу ініціативам», яка покликана сприяти літнім у реалізації їх трудового потенціалу, у тому числі у сфері підприємництва. Крім того, робиться ставка на активне залучення людей срібного віку до участі в малому бізнесі. При цьому, зазвичай, застосовується найширший набір стимулів: безкоштовні навчальні програми для людей срібного віку, які бажають зайнятися бізнесом, податкові преференції, спрощена процедура видачі кредитів, на законодавчому рівні формуються певні правила для бізнесу, щоб умови всередині компаній були комфортними для літніх працівників тощо. І ці заходи дають дуже відчутний для економіки ефект [24].

Заслуговує на особливу увагу досвід накопичений у США, де діють різні програми, некомерційні організації, інформаційні портали, які допомагають людям срібного віку продовжити свою трудову діяльність або знайти сферу застосування, що відповідає можливостям, інтересам та здібностям. За даними Американської асоціації пенсіонерів, у Сполучених Штатах люди, які

віком старше 50 років, частіше стають підприємцями, ніж представники молодого покоління. При цьому кожен третій з цього прошарку громадян відкриває власну справу вперше. До того ж підмічено, що підприємці срібного віку більш ретельні у виборі бізнесу, порівняно з підходом до цього питання молодих американців [25].

Збільшення темпів старіння населення змушують країни-члени ЄС шукати шляхи вирішення проблеми розвитку «срібної економіки» і тому Європейська комісія вже реалізує проекти, а також розглядає безліч ініціатив щодо підприємництва. Важливим документом, який став основою для формування інституційного поля для срібної економіки став Мадридський міжнародний план дій з проблем старіння, прийнятий представниками 159 країн на другій Всесвітній асамблеї ООН у 2002 році. Цим документом були визначені пріоритетні напрями та заходи в економічній, соціальній та духовних сферах щодо формування умов для максимального досягнення людьми похилого віку насамперед працездатного та активного довголіття [26].

У багатьох розвинених країнах розробляються та реалізуються заходи, що дозволяють людям срібного віку не припиняти трудову активність. Держава надає роботодавцям субсидії, якщо вони приймають на роботу працівників срібного віку, створюють умови роботи для таких працівників, а також застосовують гнучкий графік. Крім того, влада підтримує програми перенавчання працівників, сприяє підприємництву серед осіб срібного віку. Так, з метою стимулювання людей срібного віку продовжувати трудову діяльність у Нідерландах, з 2004 року скасовано один із соціальних податків на зарплату працівників від 50 років і більше, а у Німеччині з 2003 року запровадили державні субсидії щодо найму працівників віком від 50 років, у Бельгії — знижки зі страхових внесків, в Австрії податкові пільги для роботодавців. Угорщина з 2018 р. скасувала виплату страхових внесків для працівників пенсійного віку, що залишаються на ринку праці [27].

Автори дослідження «Maximising Workforce Participation for Older New Zealanders» з Університету Массі у Новій Зеландії вивчали діяльність підприємців — людей срібного віку та змогли виділити основні мотивації, які змусили їх зайнятися бізнесом [28]. Так, люди срібного віку, які отримали можливість працювати в бізнесі (Opportunity takers), це найбільший відсоток людей, які започаткували свій бізнес завдяки своєму професійному досвіду або фахівці, які отримали привабливу пропозицію щодо співпраці. Друга велика група підприємців срібного віку *(Difference makers)*, яких вмотивував вплив обставин і вони керувалися бажанням зробити свій внесок у краще майбутнє, у вирішення гострої соціальної проблеми та стати джерелом змін. Підприємці срібного віку *(Direction changers)*, це висококваліфіковані професіонали, які використовуючи накопичений досвід планують реалізувати себе у зовсім новій сфері — тобто змінити кардинально напрям своєї діяльності. Підприємці мимоволі (Needs must), це люди срібного віку, які були незадоволені умовами своєї роботи, були змушені відкрити власну справу, щоб покривати свої фінансові потреби, а тригерами, в цьому випадку, могли стати, наприклад, скорочення штату, внутрішньо офісна боротьба чи складні умови роботи, що посилюють проблеми зі здоров'ям. Інвестори *(Investors)* — люди срібного віку, які вже мали досвід у бізнесі і перш ніж розпочати свій бізнес, інвестори проводили глибокий аналіз можливих ризиків та вдавалися до послуг професійних бізнес-консультантів [28].

Поширена в економічно розвинених країнах концепція безперервної освіти передбачає, що людина срібного віку може отримати нові професійні компетенції, які необхідні економіці. Держава має розробляти та фінансувати програми перенавчання, або субсидувати роботодавця чи працівників. Так, у Німеччині працівникам срібного віку на малих та середніх підприємствах компенсується вартість навчання на курсах підвищення кваліфікації. В Австралії створено партнерство держави та бізнесу для підтримки роботодавців, які навчають працівників срібного віку [27]. В Україні також це питання певним чином вирішується. Так, за інформацією Міністерства соціальної політики в Україні працює понад 300 університетів «третього віку», і понад 25 тисяч слухачів уже розширили свій світогляд, закінчивши ці університети [29]. Студентами університету є люди срібного віку, які хочуть отримати нові знання, розширити свій світогляд та власні можливості. Утім недостатнім є розповсюдження інформації про їх роботу, що стримує обсяг послуг, які вони надають. Крім того, є певні складнощі з фінансуванням.

Досвід зарубіжних країн свідчить про те, що в срібному віці є широкі можливості збереження трудової діяльності шляхом залучення до підприємництва, та створення власного бізнесу. Старіння населення є поширеним явищем і проведені дослідження доводять, що у найближчі роки значна кількість людей срібного віку братиме участь у бізнесі, та використовуватиме альтернативну (порівняно з найманою працею) можливість заробітку.

Враховуючи тенденцію старіння населення нашої країни та скорочення її трудових ресурсів, без підприємців срібного віку не вдасться в майбутньому забезпечити зайнятість населення, поповнення бюджету країни та нарощування реальних доходів. Тому, на нашу думку, необхідно при розробці програм та стратегій розвитку економіки України на середньострокову і довгострокову перспективу враховувати заходи щодо забезпечення розвитку підприємництва срібного віку, враховуючи їх компетенції, знання та досвід. Для реалізації цієї політики в Україні вже діяла Стратегія Національного плану дій з питань старіння до 2022 року, яка передбачала комплексні заходи щодо підтримки громадян похилого віку, забезпечення їх активної участі в суспільному розвитку, підвищення якості життя, захисту прав громадян похилого віку [30], завдання якої були частково виконані.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Дослідження срібної економіки неминуче пов'язане з використанням нерозкритого потенціалу людей срібного віку. Покоління срібного віку володіє практичними навичками, в більшості висококваліфіковані фахівці, є значним резервом ринку праці та розвитку економіки і, що важливо, в умовах відбудови економіки регіонів. Результати дослідження дозволяють визнати, що залучення людей срібного віку до підприємництва дозволить знизити демографічні ризики, а їх діяльність виграти від якостей, пов'язаних із характеристиками цієї когорти людей, якщо максимально ефективно використовувати найбагатший людський ресурс, який пропонує сучасна срібна економіка.

Вікова когорта людей срібного віку є працездатною, висококваліфікованою, з великим практичним досвідом робочою силою, яка може стати певною підтримкою малого бізнесу в кожному регіоні. Соціальна активність працівників срібного віку, за сприятливих умов може стати значним резервом ринку праці в регіоні, що особливо буде важливо в умовах відбудови економіки у післявоєнний період.

Орієнтація працівників срібного віку на довірчі міжособистісні відносини у колективі формує сприятливий психологічний клімат у трудовому колективі, що суттєво впливає на підвищення ефективності праці, покращення роботи підприємства та збагачує людський капітал цього підприємства.

Державна політика в Україні щодо осіб срібного віку в цілому має бути спрямована на постійне розширення їх прав, можливості їх участі в житті суспільства, створення умов для їх економічної та соціальної активності, та, в першу чергу, сприяння їх трудової зайнятості, забезпечення рівного доступу до сучасних програм освіти щодо набуття нових навичок або підвищення рівня кваліфікації.

Без допомоги держави не буде активізації «срібної економіки», яка має полягати: в усуненні стереотипів щодо непрацездатності та неефективності робочої сили в срібному віці; в забезпеченні підтримки продовження трудової діяльності людей срібного віку шляхом розробки та затвердження відповідних державних програм; в підтримці у різний спосіб створення бізнесу громадянами срібного віку та підприємців, які залучають їх до роботи, створюючи нові робочі місця.

Література

1. Radvansky Marek, Palenik Viliam Silver economya spossible export directionat ageing Europe — case of Slovakia. 2011. URL: https://www.researchgate.net/publication/268292079_Silver_economy_as_possible_export_direction_at_ ageing_Europe_-_case_of_Slovakia

2. Niewiadomska A., Sobolewska-Poniedziałek E. Utilising the professional potential of the elderly in the process of construction of silver economy in Poland. ActaSci. Pol. economia. 2005. № 14(1). P. 81–91.

3. Eatock D. The silver economy opportunities from ageing. European Parliamentary Research Service, Briefing, July 2015. URL: http://www.europarl.europa.eu/EPRS/ EPRS-Briefing-565872-The-silver-economy-FINAL.pdf

4. Zsarnoczky Martin. Contradictions of Medical Tourism. Deturope. 2016. 8. P. 212–223.

5. Feng W. Thesilverandwhiteeconomy: the Chinese demographic challenge. China Development Research Foundation. 2013. P. 1–34.

6. Evans B. The Role of Standards and Innovation for Driving APEC's Silver Economy, Chief Executive Officer Standards Australia. APEC Sub-Committeeon Standards and Conformance. P. 1–74.

7. Дегтярь А.О. Бублій М.П. Теоретико-методологічні основи категорії «соціальна інфраструктура». Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. 2017. № 1. URL: http://el-zbirn-du.at.ua/2017_1/6.pdf

8. Діденко Н.В., Родак О.Ф. Проблеми та шляхи вирішення молодіжного безробіття в сучасному суспільстві. Економіка та держава. 2016. № 4. С. 81–84. URL: http://www.economy.in.ua/?op=1&z=3506&i=16

9. Івашова Л. М., Івашов М. Ф. Фінансові механізми реалізації соціальної політики держави: пільги та субсидії для населення. Вісник АМСУ. Серія: Державне управління. 2013. № 2 (9). С. 34–42.

10. Кірнос І. О. Державна політика зайнятості осіб похилого віку: світовий досвід. Проблеми системного підходу в економіці. 2018. Вип. 3(2). С. 45–54. URL: http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/3_65_2_2018_ukr/8.pdf

11. Крентовська О. Основні концепції державної політики залучення людей похилого віку до ринку праці. Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України. 2020. Вип. 1. С. 210–220. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnadu_2010_1_23

12. Новікова О. Ф., Сидорчук О. Г., Панькова О. В. Стан та перспективи соціальної безпеки в Україні. Львівський регіональний інститут державного управління НАДУ; НАН України, Інститут економіки промисловості. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2018. 184 с.

13. The International Longevity Centre. URL: https://ilcuk.org.uk/about-us/

14. Как зарубежная экономика адаптируется к старению населения. URL: https://rg.ru/2021/01/17/kak-zarubezhnaia-ekonomika-adaptiruetsia-k-stareniiu-naseleniia

15. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2020). World Population Ageing 2019 (ST/ESA/SER.A/444)

16. Harasty, C., Ostermeier, M. 2020. POPULATION AGEING: Alternative measures of dependency and implications for the future of work:, ILO Working Paper 5 (Geneva, ILO).

17. Active Ageing Index Home. URL: https://unece.org/population/active-ageing-index

18. Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua/

19. Szukalski P. The importance of the silver economy in Central and Eastern Europe // Silver economy in Central and Eastern Europe. Łydź, 2018. June 22.

20. OECD Employment Database, OECD Earning Distribution Database. URL: www. oecd.org/els/emp/employmentdatabase-employment.htm

21. Офіційний сайт міської ради м. Дніпро. URL: https://dniprorada.gov.ua/

22. Shirai K., Iso H., Fukuda H. et al. Factors associated with «Ikigai» among members of a public temporary employment agency for seniors (Silver Human Resources Centre) in Japan; gender differences. Health Qual Life Outcomes. 2006. № 4 (12).

23. Коломиец П. Н. «Серебряная экономика» — новый подход к проблеме старения. URL: https://asi.ru/leaders/lead-projects/screening/181795

24. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). URL: https://www.oecd.org/unitedstates/

25. Mulligan C. Why Hasn't Employment of the Elderly Fallen? The New York Times. 10.02.2011. URL: http://economix.blogs.nytimes.com/2011/07/20/why-hasnt-employment-of-the-elderly-fallen

26. Мадридский международный план действий по проблемам старения 2002 года. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/ageing_program.shtml

27. «Серебряная экономика» ЕС и США создает больше доходов и рабочих мест, чем молодежь. Что теряет Украина, игнорируя людей 55+. Forbes.ua. URL: https://forbes.ua/ru/leadership/sribna-ekonomika-es-i-ssha-stvoryue-bilshe-dokhodiv-i-robochikh-mists-nizh-molod-shcho-vtrachae-ukraina

28. Maximising workforce participation for older New Zealanders — Opportunities, Challenges and Prospects. Case Study 2: Employer Needs and Practices by Sally Keeling, Judith Davey and Fiona Alpass, November 2020. URL: https://www.massey.ac.nz/massey/fms/Colleges/College%20of%20Humanities%20and%20Social%20Sciences/Psychology/HART/publications/reports/HART_Case_Study_2_Report.pdf

29. Міністерство соціальної політики України. URL: https://www.msp.gov.ua/news/14012.html

30. Стратегія Національного плану дій з питань старіння до 2022 року. URL: https:://www.kmu.gou.ua/ua/news/uryad-shvaliv-strategiyu-derzhavnoyi-politiki-z-pitan-zdorovogo-taaktivnogo-dovgolitya-naselennya-na-period-d0-2022-roku

References

1. Radvansky Marek, Palenik Viliam. Silver economya spossible export directionat ageing Europe — case of Slovakia. 2011. URL: https://www.researchgate.net/publication/268292079_Silver_economy_as_possible_export_direction_at_ageing_Europe_-_case_of_Slovakia

2. Niewiadomska A., Sobolewska-Poniedziałek E. Utilising the professional potential of the elderly in the process of construction of silver economy in Poland. ActaSci. Pol. economia. 2015. No 14(1). P. 81–91.

3. EatockD. The silver economy opportunities from ageing. European Parliamentary Research Service, Briefing, July 2015. URL: http://www.europarl.europa.eu/EPRS/EPRS-Briefing-565872-The-silver-economy-FINAL.pdf

4. Zsarnoczky Martin. Contradictions of Medical Tourism. Deturope. 2016. No 8. P. 212–223.

5. Feng W. (2013). The silver and white economy: the Chinese demographic challenge. China Development Research Foundation. P. 1–34.

6. Evans B. The Role of Standards and Innovation for Driving APEC's Silver Economy, Chief Executive Officer Standards Australia. APECSub-Committeeon Standards and Conformance. P. 1–74.

7. Deghtjarj A. O. Bublij M. P. Teoretyko-metodologhichni osnovy kateghoriji «socialjna infrastruktura». Teorija ta praktyka derzhavnogho upravlinnja i miscevogho samovrjaduvannja. 2017. # 1. URL: http://el-zbirn-du.at.ua/2017_1/6.pdf

8. Didenko N. V., Rodak O. F. Problemy ta shljakhy vyrishennja molodizhnogho bezrobittja v suchasnomu suspiljstvi. Ekonomika ta derzhava. # 4. 2016. S. 81–84. URL: http://www.economy.in.ua/?op=1&z=3506&i=16

9. Ivashova L. M., Ivashov M. F. Finansovi mekhanizmy realizaciji socialjnoji polityky derzhavy: piljghy ta subsydiji dlja naselennja. Visnyk AMSU. Serija: Derzhavne upravlinnja. 2013. # 2 (9). S. 34–42

10. Kirnos I. O. Derzhavna polityka zajnjatosti osib pokhylogho viku: svitovyj dosvid. Problemy systemnogho pidkhodu v ekonomici. 2018. Vyp. 3(2). S. 45–54. URL: http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/3_65_2_2018_ukr/8.pdf

11. Krentovsjka O. Osnovni koncepciji derzhavnoji polityky zaluchennja ljudej pokhylogho viku do rynku praci. Zbirnyk naukovykh pracj Nacionaljnoji akadkmiji derzhavnogho upravlinnja pry Prezydentovi Ukrajiny. 2020. Vyp. 1. S. 210–220. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnadu_2010_1_23

12. Novikova O. F., Sydorchuk O. Gh., Panjkova O. V. Stan ta perspektyvy socialjnoji bezpeky v Ukrajini. Ljvivsjkyj reghionaljnyj instytut derzhavnogho upravlinnja NADU; NAN Ukrajiny, Instytut ekonomiky promyslovosti. Ljviv: RIDU NADU, 2018. 184 s.

13. The International Longevity Centre. URL: https://ilcuk.org.uk/about-us/

14. Kak zarubezhnaja ekonomyka adaptyruetsja k starenyju naselenyja. URL: https://rg.ru/2021/01/17/kak-zarubezhnaia-ekonomika-adaptiruetsia-k-stareniiu-naseleniia

15. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2020). World Population Ageing 2019 (ST/ESA/SER.A/444)

16. Harasty, C., Ostermeier, M. 2020. POPULATION AGEING: Alternative measures of dependency and implications for the future of work: ILO Working Paper 5 (Geneva, ILO).

17. Active Ageing Index Home. URL: https://unece.org/population/active-ageing-index

18. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny URL: https://ukrstat.gov.ua/

19. Szukalski P. The importance of the silver economy in Central and Eastern Europe // Silver economy in Central and Eastern Europe. Łydź, 2018. June 22.

20. OECD Employment Database, OECD Earning Distribution Database. URL: www. oecd.org/els/emp/employmentdatabase-employment.htm

21. Oficijnyj sajt misjkoji rady m. Dnipro URL: https://dniprorada.gov.ua/

22. Shirai K., Iso H., Fukuda H. et al. Factors associated with «Ikigai» among members of a public temporary employment agency for seniors (Silver Human Resources Centre) in Japan; gender differences. Health Qual Life Outcomes. 2006. # 4 (12).

23. Kolomyec P. N. «Serebrjanaja ekonomyka» — novыj podkhod k probleme starenyja. URL: https://asi.ru/leaders/lead-projects/screening/181795

24. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). URL: https://www.oecd.org/unitedstates/

25. Mulligan S. Why Hasn't Employment of the Elderly Fallen? The New York Times. 10.02.2011. URL: http://economix.blogs.nytimes.com/2011/07/20/why-hasnt-employment-of-the-elderly-fallen

26. Madrydskyj mezhdunarodnыj plan dejstvyj po problemam starenyja 2002 ghoda. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/ageing_program.shtml

27. «Serebrjanaja ekonomyka» ES y SShA sozdaet boljshe dokhodov y rabochykh mest, chem molodezhj. Chto terjaet Ukrayna, yghnoryruja ljudej 55+». Forbes.ua. URL: https://forbes.ua/ru/leadership/sribna-ekonomika-es-i-ssha-stvoryue-bilshe-dokhodiv-i-robochikh-mists-nizh-molod-shcho-vtrachae-ukraina

28. Maximising workforce participation for older New Zealanders — Opportunities, Challenges and Prospects. Case Study 2: Employer Needs and Practices by Sally Keeling, Judith Davey and Fiona Alpass, November 2020. URL: https://www.massey.ac.nz/massey/fms/Colleges/College%20of%20Humanities%20and%20Social%20Sciences/Psychology/HART/publications/reports/HART_Case_Study_2_Report.

29. Ministerstvo socialjnoji polityky Ukrajiny. URL: https://www.msp.gov.ua/news/14012.html

30. Strateghija Nacionaljnogho planu dij z pytanj starinnja do 2022 roku. URL: https://www.kmu.gou.ua/ua/news/uryad-shvaliv-strategiyu-derzhavnoyi-politiki-z-pitan-zdorovogo-taaktivnogo-dovgolitya-naselennya-na-period-d0-2022-roku

МАРКЕТИНГ

УДК 366.12:658.114

Завадська Діана Володимирівна
доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри банківської справи
Одеський національний економічний університет
Zavadska Diana
Doctor of Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Banking
Odesa National Economic University
ORCID: 0000-0003-2950-554X

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8165

НАУКОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ АСПЕКТІВ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ

SCIENTIFIC JUSTIFICATION OF THE CONCEPTUAL ASPECTS OF THE CUSTOMER-ORIENTED APPROACH

***Анотація**. Мета статті полягає в узагальненні та систематизації теоретичних засад сучасної парадигми маркетингу для розробки рекомендацій щодо формування концептуальних аспектів клієнтоорієнтованого підходу до управління компанією.*

Методика. Інформаційною базою дослідження є офіційні аналітичні данні світових організацій та результати наукових доробок провідних закордонних і вітчизняних учених. Використані такі методи, як: абстрагування, морфологічний та семантичний аналіз; індукція та дедукція; порівняння й систематизація; логічного узагальнення.

Результати. Визначено особливості становлення та розвитку клієнтоорієнтованого підходу до управління компанією. Охарактеризовано різні підходи вчених до ринкової орієнтації компанії та орієнтації компанії на клієнта. Доведено, що створення клієнтоорієнтованої системи управління компанією диктується змінами сучасного ринку. З'ясовано передумови переходу компаній до клієнтоорієнтованого підходу (технологічні (глобалізація, інформаційна революція, цифрова трансформація); економічні та методологічні). Визначено чинники, що сприяли появі складових клієнтоорієнтованості. Поглиблено сутність поняття клієнтоорієнтованість, розкрито її компоненти, суб'єкти та об'єкти. Охарактеризовано принципи, цілі, завдання та функції клієнтоорієнтованості. Надано групи характерних ознак наукової категорії «клієнтоорієнтованість» (людський капітал та менеджмент; операційна модель та бізнес-процеси; модель бізнесу (або бізнес-модель)). Обґрунтовано, що ключовим вимірником цінності є задоволеність клієнта, а ключовим вимірником отримання додаткових прибутків є прибутковість клієнтів.

Наукова новизна. У статті запропоновано поглиблення концептуального підходу до розкриття змісту клієнтоорієнтованості компанії. Отримана інформація є основою для формування конкурентної стратегії та побудови нової бізнес-моделі компанії, що забезпечить успішне її функціонування на ринку.

Теоретична та (або) практична значущість. Використання запропонованої концептуальної моделі сприятиме створенню компаніями додаткової цінності; забезпечить збереження / створення додаткових конкурентних переваг та отримання додаткового прибутку.

***Ключові слова:** клієнтоорієнтованість, компанія, поведінка споживача, створення цінності, цифрова трансформація, конкуренція, нова бізнес-модель, омніканальність, хмарні технології, стратегія, концепція, сутність поняття.*

***Summary.** The purpose of the article is to generalize and systematize the theoretical foundations of the modern marketing paradigm for the development of recommendations for the formation of conceptual aspects of a customer-oriented approach to company management.*

Methodology. The information base of the research is official analytical data of world organizations and the results of scientific developments of leading foreign and domestic scientists. The following methods were used: abstraction, morphological and semantic analysis; induction and deduction; comparison and systematization; logical generalization.

The results. The peculiarities of the formation and development of a customer-oriented approach to company management are determined. Different approaches of scientists to the market orientation of the company and the orientation of the company to the customer are characterized. It has been proven that the creation of a customer-oriented company management system is dictated by changes in the modern market. The prerequisites for the transition of companies to a customer-oriented approach (technological (globalization, information revolution, digital transformation); economic and methodological) are clarified. The factors contributing to the appearance of components of customer orientation have been identified. The essence of the concept of customer orientation was deepened. Its components, subjects and objects were revealed. The principles, goals, tasks and functions of customer orientation are characterized. Groups of characteristic features of the scientific category «customer orientation» are provided (human capital and management; operational model and business processes; model of business (or business-model)). It has been substantiated that the key measure of value is customer satisfaction, and the key measure of obtaining additional profits is customer profitability.

Scientific novelty. The article proposes a deepening of the conceptual approach to the disclosure of the content of the company's customer orientation. The information obtained is the basis for forming a competitive strategy and building a new business model of the company, which will ensure its successful operation on the market.

Theoretical and (or) practical significance. The use of the proposed conceptual model will contribute to the creation of additional value by companies; will ensure preservation / creation of additional competitive advantages and obtaining of additional profit.

Key words: *customer orientation, company, consumer behavior, value creation, digital transformation, competition, new business model, omnichannel, cloud technologies, strategy, conception, the concept essence.*

Постановка проблеми. Сьогодні маркетинг стикається з низкою актуальних викликів. По-перше, це зниження довіри споживачів. І цей глобальний тренд, який підтверджується даними Edelmans Trust Barometer, 2021 та 2022 [1; 2] вказує на зниження довіри споживачів до державних органів, ЗМІ, фінансових організацій. Також було виявлено, що найбільше у світі довіряють бізнесу. На цьому тлі формування довіри стає критично важливим. Компанії мають унікальну можливість зберегти та закріпити довіру лояльної аудиторії.

По-друге, в умовах зростання рівня невизначеності та непередбачуваності зовнішнього середовища, боротьби країн за світові ресурси, вигідні умови для виробництва продуктів та послуг, ринки їх збуту та отримання найвищого прибутку від національного виробництва, застосування інструментів класичної схеми комплексу маркетингу — 4«P» (Product, Price, Place, Promotion) значно обмежено, що вимагає перегляду базових принципів та компонентів просування й впровадження нової концепції маркетингу для утримання конкурентної переваги. Серед маркетингових концепцій, що з'явилися за останні десятиліття, однією з найбільш затребуваних є концепція клієнтоорієнтованості.

Такі провідні міжнародні компанії з управлінського консалтингу, як Forrester, Boston Consulting Group та McKinsey акцентують увагу на значущості впровадження компаніями клієнтоорієнтованого підходу, оскільки використання інструменту управління взаємовідносинами з клієнтами дозволить їм отримувати додатковий прибуток за рахунок глибокого розуміння та ефективного задоволення потреб клієнтів в умовах змін сучасних ринків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Звернення до поняття клієнтоорієнтованості топ-менеджерів компаній та експертів, вивчення теоретико-методичних підходів сучасного ведення бізнесу є одним із важливих напрямів досліджень вчених-економістів.

Так, проблематика визначення сутнісного розуміння клієнтоорієнтованого підходу, теоретичної моделі ринкової та проактивної ринкової орієнтації, формування концепції орієнтації на клієнта, клієнтоорієнтованої компанії та бізнесу досліджувалася у наукових працях таких вчених-економістів, як: Б. Бартлі, Дж. Бенсон, С. Берджесс, Ф. Вебстер, В. Вієйра, Х. Гебауер, С. Гомібучі, Р. Дешпанде, П. Друкер, К. Келлер, К. Ковалковські, А. Колі, Ф. Котлер, В. Кумар, Ж.-Ж. Ламбін, Т. Левітт, Дж. МакКітерик, Р. Манн, Дж. Нарвер, Д. Пітерсен, С. Слейтер, Дж. Стенкамп, Ф. Тейлор, Дж. Фарлі, Дж. Хулі, А. Шарм, Дж. Шет, Б. Яворські та ін.

Значну увагу сучасним проблемам розвитку клієнтоорієнтованого підходу на основі сучасних інформаційних технологій та зміни бізнес-моделі в умовах цифрової трансформації, визначення

ключових аспектів клієнтоорієнтованої стратегії компанії приділяють: Б. Бертон, П. Біссон, Л. Боденчук, М. Дітц, П. Догерті, Х. Лін, І. Ліганенко, Дж. Маньіка, М. Ніккрем, Т. Оланреваю, Е. Пейн, Д. Пепперс, К. Раджгопал, М. Роджерс, С. Томс, П. Фейдер, С. Ханн, С. Чуан, М. Чуй та ін.

Віддаючи належне доробку вчених, слід зауважити, що наявні дослідження зосереджені на вивчені та аналізі світового досвіду створення компаніями найвищої і кращої ніж у конкурентів споживчої цінності та корегуванні традиційного підходу до розуміння циклу прийняття рішень клієнтами, а системний підхід до розгляду питань, що стосуються переосмислення класичного підходу до маркетингу, розробки цілісного підходу до впровадження стратегії ведення бізнесу, основною цінністю якого є потреби клієнтів, залишаються недостатньо дослідженими, що обумовлює необхідність використання комплексного підходу до розгляду досліджуваної проблеми.

Формулювання цілей статті (постановка завдання).

Мета статті полягає в узагальненні та систематизації теоретичних засад сучасної парадигми маркетингу для розробки рекомендацій щодо формування концептуальних аспектів клієнтоорієнтованого підходу до управління компанією. Розкриттю мети сприяє вирішення наступних *завдань*:

1. Дослідити особливості становлення та розвитку підходів клієнтоорієнтованості.

2. З'ясувати передумови переходу компаній до клієнтоорієнтованого підходу, визначити чинники, що сприяли появі складових клієнтоорієнтованості.

3. Поглибити сутність поняття клієнтоорієнтованість, розкрити основні ознаки клієнтоорієнтованої компанії, суб'єкти та об'єкти; визначити принципи, цілі, завдання та функції клієнтоорієнтованості.

Виклад основного матеріалу дослідження.

1. Особливості становлення та розвитку підходів клієнтоорієнтованості

В дійсні часи клієнтоорієнтованість є невід'ємним елементом маркетингової діяльності компанії. Це твердження ґрунтується на тому, що клієнт є джерелом прибутку компанії, а для того щоб залишатися конкурентоспроможною, компанії необхідно фокусуватися на задоволенні потреб своїх клієнтів. З підвищенням ролі клієнта, як нематеріального активу, в маркетинговій діяльності компанії відбуваються зміни, з'являються інноваційні підходи до його управління, формування клієнтоорієнтованих підходів до бізнесу.

Зазначене вище вимагає розуміння терміну «клієноорієнтованість», розгляду клієнтоорієнтованого підходу з погляду його еволюції.

Вважається, що теоретичні основи клієнтоорієнтованості у світовій науці почали формуватися з середини 1950 рр. та значно зросли до початку 1980 рр. Подібна позиція є не зовсім коректною, оскільки ще у 1911 р. Ф. Тейлор у своїй роботі «Принципи наукового менеджменту», обґрунтовуючи встановлення нового порядку речей, за якого клієнти мають суттєві економічні вигоди у взаєминах з компанією, назвав їх «третьою силою» [3].

Пізніше, у 1936 р. в одному з видань Американської асоціації маркетингу з'явилася публікація Дж. Бенсона, в якій розглядалася проблема сутнісного розуміння клієнтоорієнтованого підходу. Автор зазначив, що «можливо, в майбутньому нам буде потрібно проявляти винахідливість в описі привабливості товарів і спрямовувати основні зусилля на те, щоб виявляти, чого дійсно хочуть люди. Споживач — ось наш бос» [4]. Вже тоді Дж. Бенсон передбачав, що «нова концепція, яка прийде на зміну концепції вдосконалення виробництва, буде спиратися на більш глибоке вивчення споживача та побудову з ним довгострокових партнерських відносин». В подальшому необхідність сприйняття клієнта компанією в якості єдиного джерела прибутку полягла в основу концепції маркетингу взаємовідносин.

Перші ж ґрунтовні дослідження, що присвячені орієнтації на клієнта, були сформовані в рамках концепції орієнтації на ринок у 1954 році П. Друкером, а розвинені Дж. МакКітериком та Т. Левіттом у 1960 рр. У своїх роботах автори розкривали роль маркетингу в компанії, акцентуючи увагу на його походження з нестатків та потреб клієнта [5; 6; 7]. Наприкінці 1970 р. питання про необхідність зміни компаніями фокусу з виробництва та продажів продукції на клієнта та маркетинг було піднято Ф. Котлером [8].

У 1989 році Ф. Вебстер та Р. Дешпанде розробили теоретичну модель орієнтації компанії на ринок. В своїй роботі вчені зазначили, що орієнтація на ринок представляє собою «набір міжфункціональних процесів і видів діяльності, спрямованих на залучення, утримання і задоволення клієнтів шляхом постійної оцінки їхніх потреб» [9].

Пізніше, починаючи з 1990 рр. стали з'являтися публікації, предметом вивчення яких стали відносини із споживачами та іншими учасниками процесу купівлі-продажу у рамках маркетингової концепції «маркетинг взаємин». До базових робіт у цьому напрямку, які згодом стали вважати по-

чатком клієнтоорієнтованого підходу, відносяться роботи авторів А. Колі, Б. Яворські, Дж. Нарвера, С. Слейтера, Д. Маклахлана, Р. Дешпанде, Дж. Фарлі та Ф. Вебстера.

Так, робота А. Колі, Б. Яворські присвячена ринковій орієнтації та її складовим (фокус на клієнта, внутрішньофірмова координація та використання зібраної маркетингової інформації) [10]. На думку авторів, фундаментом для клієнтоорієнтованості є генерація, збирання та аналіз даних про клієнтів.

У своєму дослідженні Дж. Нарвер та С. Слейтер запропонували такі складові підходу до ринкової орієнтації, як: поведінкові компоненти та критерії прийняття рішень. Основою ж для побудови клієнтоорієнтованої компанії, на думку вчених, є корпоративна культура [11].

Також зазначимо, що Дж. Нарвер, С. Слейтер та Д. МакЛахлан вперше розділили поняття «ринкова орієнтація» та «клієнтоорієнтованість». При цьому автори обґрунтували, що орієнтація на клієнта є найбільш важливою частиною ринкової орієнтації компанії, тоді як поняття «ринкова орієнтація» є більш широким, що включає такі компоненти, як: «ринкова орієнтація у відповідь» та «проактивна ринкова орієнтація» [12].

Відповідно до наукової праці Р. Дешпанде, Дж. Фарлі та Ф. Вебстера, клієнтоорієнтованість поділяється на оцінювану фірмою та оцінювану клієнтами. У запропонованій методиці з вимірювання ринкової орієнтації автори доводять, що клієнтоорієнтований підхід має проголошуватися і вимірюватися як внутрішньо, так і зовні, зазначивши у своїй публікації те, що «орієнтація на конкурентів може бути повністю протилежною орієнтації на клієнтів при фокусуванні компанії лише на сильних сторонах та ігнорування незадоволеності споживачів» [13].

Далі, в 1993 р. клієнтоорієнтований підхід став асоціюватися із запропонованою Д. Пепперсом та М. Роджерсом схемою управління взаємовідносинами з клієнтами, відомою як CRM (Customer Relationship Management). А вже з 1995 р. у ряді галузей, зокрема у таких як страхування, здійснення компаніями інвестицій у CRM-програми, в якості освоєння стратегії управління взаємовідносинами з клієнтами, стало приводити до підвищення довічного прибутку клієнтів до 90% [14]. Головним завданням керівників IT-підрозділів стала ефективна та економічна організація й підтримка бізнесу з боку сучасних технологій.

Представлення стратегічної структури CRM, заснованої на необхідності взаємодії процесів CRM для забезпечення процвітання компанії, стало можливим у 2005 р. завдяки проведеному Е. Пейном огляду літератури з CRM та маркетингу взаємовідносин, детальним опитуванням управлінців верхньої ланки, які працюють у CRM, маркетингу та IT, інтерв'ю з постачальниками CRM, дискусіям з лідируючими консультантами в галузі CRM, стратегії та апробуванню рамкової структури низкою компаній [15].

На початку 2000 рр. орієнтація на клієнта остаточно виділилася з концепції ринкової орієнтації у самостійний напрямок. Згідно з Ф. Котлером і К. Келлером, термін «ринок» охоплює всіх можливих клієнтів компанії [16]. А в роботах Б. Бартлі, Х. Гебауера, С. Гомібучі, К. Ковалковські, В. Кумара, Р. Манна, Д. Пітерсена, А. Шарма, Д. Шета розглядаються окремі складові клієнтоорієнтованості, такі як: корпоративна культура, організаційна структура, продажі, стратегія організації [17–20].

Ж.-Ж. Ламбін, Р. Чумпітаз та І. Шуйлінг трактують ринкову орієнтацію ширше, як «філософію бізнесу з орієнтацією на всіх учасників ринку і на всі рівні організації». Згідно з думкою науковців, у підході ринкової орієнтації необхідно виділяти п'ять груп учасників ринку: споживачів, дистриб'юторів, конкурентів, впливових осіб та макромаркетингове середовище [21].

В цьому періоді Дж. Шет, С. Берджесс та Дж. Стенкамп в своїх дослідженнях вивчали проблеми орієнтації на клієнта на ринках, що розвиваються [22; 23]. На думку вчених, в умовах розвитку ринкової орієнтації компанії мають направляти свої зусилля саме на навчання клієнтів, на формування потреб, а не на обслуговування існуючих потреб клієнтів. Відповідно до чого, застосування компанією клієнтоорієнтованого підходу передбачає проведення змін в системах маркетингу та управління. Основними компонентами клієнтоорієнтованості виступають: розуміння (ключові клієнти; критерії оцінювання клієнтів); єдині цілі компанії, політика відносин з клієнтами; навчання співробітників; винагорода співробітників; технологізація клієнтоорієнтованості, розробка системи управління, інтегрованої в технологічний процес; діагностика клієнтоорієнтованості (оцінка задоволеності персоналу; оцінка відношення клієнтів).

В дійсні часи тема клієнтоорієнтованого розвитку бізнесу стала однією з найактуальніших як для зарубіжних, так і для вітчизняних дослідників, що займаються питаннями впливу клієнтоорієнтованості на результативність компанії.

Так, наприклад, використовуючи шкали MKTOR, MARKOR та шкалу Хулі для оцінки компаній різних секторів економіки, які були розроблені А. Колі, Д. Нарвером, С. Слейтером, Дж. Хулі та Б. Яворські, вченими з Австралії, Гонконгу, Казахстану, Туреччини й України доведено, що орієнтація на клієнта та на конкурентів є домінуючими змінними у поясненні відмінностей маркетингової ефективності та підприємницької орієнтації компаній [24–28].

Цікавими є результати дослідження 116 компаній сфери фінансових послуг, для проведення якого вченими з Тайваню С. Чуан та Х. Лін використано спеціалізовану шкалу, адаптовану для контексту CRM-систем [29]. Автори довели, що успішність впровадження CRM-систем для управління взаємовідносинами з клієнтами безпосередньо залежить від клієнтоорієнтованості компанії на організаційному рівні.

Також зазначимо, що у науковій роботі В. Вієйра [30], вченого з Бразилії, крім підтвердження значущості зв'язку ринкової орієнтації та результативності компаній, виявлено зв'язок орієнтації на клієнта та інноваційності компанії.

В епоху розвитку глобальних комунікацій, інформаційних мереж та технологій цифровізації економіки, починаючи з 2012 р. актуальність орієнтації на клієнта визначається такими світовими процесами, як глобальна конкуренція та зміна поведінки споживача.

За результатами досліджень багатьох вчених, урядів економічно розвинених країн, міжнародних організацій й транснаціональних корпорацій [31–36] стає зрозумілим, що інформаційні технології та дані надають можливість компанії змінити бізнес-модель з метою диференціювання та забезпечення стійкого розвитку на Світовому ринку, а цифрова трансформація вносить зміни до визначення ролі споживача, каналів його взаємодії з компаніями.

Так, за визначенням аналітиків міжнародної компанії Boston Consulting Group, цифрова трансформація представляє собою «максимально повне використання потенціалу цифрових технологій в усіх аспектах бізнесу» [37]. Структурні елементи цифрової трансформації бізнесу характеризуються, по-перше, роботою з клієнтами (більш детальне розуміння клієнтів, збільшення виручки від існуючих клієнтів, пошук нових точок взаємодії з клієнтами), по-друге, операційним процесом (автоматизація виробничих процесів, реалізація творчого потенціалу працівників, управління потужністю на основі аналізу Big Data), по-третє, бізнес-моделлю (точкове запровадження нових технологій, впровадження нових цифрових моделей, цифрова глобалізація) [38].

Професором з маркетингу Уортонської школи Університету Пенсільванії П. Фейдером та виконавчим директором і співзасновником Wharton Interactive, платформи для маркетингового моделювання, С. Томс, основним чинниками успіху реалізації цифрової трансформації було визначено питання щодо забезпечення клієнтоорієнтованості та опису стратегії клієнтоорієнтованості компаній [39].

Ключовими аспектами клієнтоорієнтованої стратегії компанії, на думку вчених, є повна персоналізація та ідентифікація клієнтів, прогнозування поведінкових особливостей конкретних людей та використання agile-підходу до управління клієнтським портфелем. Це досягається завдяки переходу від багатоканальності до омніканальності та застосування таких технологій, як: хмарні обчислення, штучний інтелект, платформам для роботи з даними та мобільні технології.

В продовження розгляду цієї теми, українські вчені Л. Боденчук та І. Ліганенко вже у 2021 р. зазначають, що застосування компаніями клієнтоорієнтованого підходу в умовах цифрової трансформації передбачає інтеграцію CRM-систем в IT-архітектуру компаній, що забезпечує задоволення потреб різних стейкхолдерів, створення нової культури споживання і комунікацій [40].

Створення та утримання додаткових конкурентних переваг в умовах цифрової трансформації, на думку авторів, базується на вмінні компанії визначати правильного клієнта, правильного продукту, правильного каналу та оптимального способу доставки. Це сприяло активному розвитку нових бізнес-моделей — динамічних мережевих структур, де створення цінності забезпечується організацією ефективного зворотного зв'язку, можливістю комунікації між учасниками ринку в онлайн-середовищі та створенням взаємної лояльності (лояльного клієнта до компанії та лояльності компанії до клієнта).

Відповідно до звіту у 2016 році McKinsey Global Institute [41], основними характеристиками нових бізнес-моделей є: доступність, прозорість, простота залучення клієнтів, простота дистрибуції, комерційна привабливість та спеціалізація, що надає можливість скоротити розрив між очікуваннями клієнта та їх задоволенням з боку компаній.

Л. Боденчук та І. Ліганенко також зазначили, що в мережевих структурах, таких як: моделі спільного споживання, краудфа́ндингові платформи, маркетплейси та агрегатори, клієнт є безпо-

середнім учасником роботи компанії. А в основі конкурентної боротьби полягає кооперативна конкуренція — співпраця прямих конкурентів, що передбачає широке використання цифрових платформ (цифрових бірж), відкритість програмного інтерфейсу та гнучкість інтеграції [40, с. 7].

Яскравим прикладом таких платформ є система Open Banking, використання якої у фінансовій сфері передбачає надання третім сторонам можливості аналізувати або використовувати дані, інтегрувати різні застосунки та сервіси [42].

2. Передумови переходу компаній до клієнтоорієнтованого підходу та чинники, що сприяли появі складових клієнтоорієнтованості

Зміна ролі сучасного споживача та каналів його взаємодії з компаніями вимагають впровадження клієнтоорієнтованого підходу до управління останніми, розуміння основних складових нової концепції та історичних передумов їх появи.

Зростання значущості питань формування та підтримки довгострокових партнерських відносин з клієнтами стало наслідком технологічних, економічних та методологічних змін у зовнішньому середовищі компаній [43–46].

До *технологічних передумов* належать глобалізація ринків, інформаційна революція та цифрова трансформація. Ключовими ознаками впливу технологічних передумов є: масова поява компаній з іноземним капіталом, що застосовують нові технології на внутрішніх ринках, зростання конкуренції між акторами, які пропонують продукти та послуги зі схожими властивостями (глобалізація); забезпечення швидкого та безперешкодного доступу споживачів до інформації про продукти та послуги; створення дешевих каналів комунікацій із споживачами (інформаційна революція); перенесення бізнес-процесів у цифрове середовище, здешевлення доступу споживачів до продуктів та послуг у режимі онлайн «24/7» (цифрова трансформація).

Економічні передумови. Актуалізація клієнтоорієнтованості пов'язана зі зміною типу економіки; трансформацією системи цінностей виробника, у якій найвищою метою є взаємна лояльність; посиленням конкуренції між компаніями за клієнта з метою підвищення інтенсивності споживання останніми продуктів та послуг.

Методологічні передумови. Необхідність встановлення довгострокових партнерських відносин з клієнтами сприяла зміні ролі департаменту маркетингу в системі управління компанією, його взаємодії з іншими службами та підрозділами у процесі виявлення потреб та вирішення проблем клієнтів; створення інформаційної системи для управління бізнес-процесами, їх переорієнтації на досягнення узгодженості внутрішніх можливостей компанії з вимогами зовнішнього середовища та забезпечення ефективної діяльності.

Перетворення маркетингу на загальноорганізаційну філософію компанії, застосування механізмів маркетингу в управлінні компанією при переході від продуктовоорієнтованого до клієнтоорієнтованого підходу, зумовлені дією низки *чинників* [4, с. 36].

Перш за все, це зміна сприйняття керівництвом компанії філософії маркетингового підходу з «маркетинг — це зайві витрати компанії» на «маркетинг — це інвестиції у виробничо-збутову діяльність компанії» (чинник «ставлення до маркетингу»).

По-друге, це розуміння необхідності створення цінності для споживача — корисності продукту чи послуги для нього, з одного боку, та необхідності детального розуміння ланцюжка створення цінності, виявлення нових можливостей компанії для розвитку цінності, з іншого боку (чинник «створення споживчої цінності»).

По-третє, це зосередження компанії на отриманні прибутків від взаємодії із споживачами, зміщення пріоритетів компанії із завдань залучення нових клієнтів на завдання утримання існуючих (чинник «планування, орієнтоване на споживача»).

По-четверте, це зосередження компанії на максимізації цінності споживача у часі — на збереженні довгострокових відносини з дохідними клієнтами, необхідність поділу споживчої цінності на цінність, яку компанія створює для споживача (інвестиції) та цінність, яку приносить споживач для компанії (прибуток від інвестицій) (чинник «джерело прибутку»).

По-п'яте, це фокусування на групах споживачів, необхідність побудови організації управління за принципом горизонтальної координації та кооперації, створення міжфункціональних команд, відповідальних за реалізацію клієнтоорієнтованого підходу (чинник «структура управління, орієнтована на споживача»).

3. Сутність поняття клієнтоорієнтованість

3.1. Ознаки клієнтоорієнтованої компанії, суб'єкти та об'єкти

З урахуванням зазначеного у попередньому підрозділі, зауважимо, що особливого значення набуває зважене обґрунтування сутності поняття «клієнтоорієнтованість» і специфічних особливостей його використання в діяльності компаній.

Аналіз наукової думки дозволив установити, що надивлячись на те, що клієнтоорієнтований підхід має досить тривалу історію теоретичного дослідження, на даний час досі немає єдиного визначення даної концепції. З метою обґрунтування своїх висновків порівняємо низку визначень клієнтоорієнтованості.

Так, А. Колі та Б Яворські сутність клієнтоорієнтованості розкривають через діяльність з вивчення поточних та майбутніх потреб клієнтів та чинників, що впливають на них. Автори наголошують на необхідності поширення отриманих знань усередині компанії та участі співробітників усіх відділів компанії у задоволенні потреб споживачів [10].

Дж. Нарвер та С. Слейтер визначають клієнтоорієнтованість як: «розуміння цільових покупців, задоволення їх потреб, повне розуміння їх ланцюжка створення цінності та розвитку останньої у майбутньому, розуміння потреб як власних клієнтів, так і усіх членів розподільчого каналу» [11].

На думку Р. Дешпанде, Дж. Фарлі та Ф. Вебстера, клієнтоорієнтованість представляє собою частину корпоративної культури, набір переконань, що ставить інтереси клієнта на перше місце перед інтересами менеджерів, акціонерів та працівників. Вчені відмічають, що фокус має робитися не тільки на розумінні потреб існуючих та потенційних клієнтів, але також і на розумінні їх цінностей та переконань [13].

Ж.-Ж. Ламбін, Р. Чумпітаз та І. Шуйлінг в своїй науковій праці пояснюють чому компанія повинна бути орієнтованою на ринок. Автори приділяють увагу аналізу потреб окремих осіб та організацій з метою встановлення поведінки покупця при покупці та реакції, а також вивчають роль маркетингових досліджень в цьому процесі [21].

Саме тому, поняття клієнтоорієнтованість вчені розуміють як: «зусилля компанії з вивчення потреб споживачів, створення цінності для них та розвитку навичок передбачати нові купівельні проблеми. У цьому випадку товар або послуга розглядається з точки зору того, для кого він призначений і визначається як вирішення певної проблеми».

В своїй книзі П. Фейдер і С. Томс роз'яснюють, що не всім клієнтам притаманні однаковий набір характеристик, тому не всі клієнти заслуговують на однакову частку цінного часу та ресурсів компанії. Звідси авторами сформульовано наступне визначення клієнтоорієнтованості: «стратегія, яка забезпечує розвиток та узгодженість товарів та послуг з поточними та майбутніми потребами найцінніших клієнтів для того, щоб максимізувати їх довгострокову фінансову цінність для компанії» [39].

В своєму дослідженні А. Кваско та М. Лавренюк доводять, що клієнтоорієнтованість представляє собою «зміну парадигми управління підприємством у напрямах управління відносинами, емоціями, соціально-орієнтованості, сталого розвитку та ін.» [47].

Т. Вантух представляє клієнтоорієнтованість як: стратегію, націлену на виявлення та задоволення поточних і майбутніх потреб обраної групи клієнтів з метою максимізації їх довгострокової фінансової цінності; результат виваженої та планомірної реалізації процесу взаємин з ключовими групами клієнтів [48].

Б. Бартлі, С. Гомібучі та Р Манн пропонують наступне визначення: «наявність всепроникаючої культури (філософії, цінностей та припущень) організації та постійний її розвиток, яка спрямована на підтримку та забезпечення ефективного надання послуг та практик, орієнтованих на клієнта у довгостроковій перспективі» [17].

За думкою І. Продан та Ю. Різник, «клієнтоорієнтованість — це здатність організації отримувати додатковий прибуток за рахунок глибокого розуміння та ефективного задоволення потреб клієнтів» [49].

В своїй публікації науковці обґрунтовано доводять, що основною метою застосування підходу орієнтації на клієнта в основі своїй базується на меті кращого розуміння потреб клієнта та їх задоволення. Задоволення потреб клієнта, в свою чергу, потенційно має привести до повторних продажів та отримання стійкого прибутку компанії в довгостроковому періоді.

За визначенням Л. Лазоренко, клієнтоорієнтованість представляє собою ключову компетенцію компанії, яка «виражається в прагненні до встановлення і розвитку партнерських відносин з клієнтами, а також з будь-якими контрагентами як у бізнес-екосистемі, так і всередині організації, що базується на розумінні та задоволенні їхніх як активних, так і прихованих потреб, й максимізацію прибутку на цій основі» [50].

В. Халіна та Т. Васильєва Т. визначають клієнтоорієнтованість, через бізнес-процес: «це чітке розуміння працівниками послідовності дій та рішень, спрямованих на задоволення клієнта» [51].

В. Ковалевський та О. Юшкевич в своїй науковій праці зазначають, що клієнтоорієнтованість — це «соціально-економічна категорія, яка основується на системному підході до задоволення та формування потреб клієнтів на всіх рівнях менеджменту підприємства» [52].

Також автори акцентують увагу на тому, що застосування компаніями клієнтоорієнованості, як системи управління ресурсними можливостями, сприятиме формуванню конкурентних переваг і створенню сукупної споживчої цінності. Це мотивуватиме клієнтів до довгострокового партнерства.

Е. Нецулеску та К. Сирбу в своїй публікації обґрунтовують, що клієнтоорієнтованість — це все, що робить менеджер. На думку вчених, «орієнтація на клієнта має базуватися на турботі про виконання всіх вимог, незалежно від того, чи йдеться про дуже прибуткового клієнта, чи ні; про державний сектор чи некомерційну організацію».

Науковці також додають, що «робота менеджера по роботі з клієнтами пов'язана, перш за все, з визначенням та аналізом потреб і поведінки клієнтів, з метою подальшого розвитку з ними міцних стосунків» [53].

В своєму науковому дослідженні Д. Сінгх та Б. Маджумдар визнають клієнтоорієнтованість важливою складовою CRM, головним призначенням якої є приділення уваги інформації про потреби клієнтів. Д. Сінгх та Б. Маджумдар також зауважують, що саме ця властивість клієнтоорієнтованості і має розглядатися фірмою в якості основної цінності» [54].

Далі, для розкриття сутності поняття «клієнтоорієнтованість», автором даної статті застосовано інструменти змістового аналізу, а саме семантичного аналізу [55]. Семантичний аналіз знайшов широке застосування в лінгвістиці, інформатиці, психології, соціології, політології, філософії, маркетингу та представляє собою розділ семіотики та логіки, направлений на дослідження відносин, зв'язків мовних термінів та об'єктів, що визначають зміст останніх.

Проведений семантичний аналіз дозволив визначити словосполучення та слова, які найбільш точно розкривають сутність поняття «клієнтоорієнтованість». До характерних ознак наукової категорії «клієнтоорієнтованість» віднесемо:

1. Людський капітал та менеджмент *(цінності, стереотипи поведінки, мотивація, компетенції, методи управління)*. До цієї групи ознак клієнтоорієнтованості компанії відноситься, по-перше, розуміння клієнта, робота з його очікуваннями, врахування його досвіду, тобто адаптація компанії до зовнішніх чинників. По-друге, це проведення змін всередині компанії, що стосуються кожного співробітника, менеджменту.

Складність переходу до клієнтоорієнтовоного підходу в умовах цифрової трансформації виникає в освоєнні нових навичок або адаптації співробітників до абсолютно нових процесів, завдань; переналаштуванні менеджменту, що потребує організації фідбеку, горизонтальної та вертикальної комунікації з демонстрацією результатів [56].

В процесі здійснення внутрішньої трансформації керівнику компанії важливо розуміти, що проблема виникає не з технологіями, а з їх сприйняттям співробітниками, необхідністю застосування при побудові комунікацій з клієнтами.

Також відмітимо, що саме людський капітал відіграє основну роль в процесі реалізації клієнтоорієнтованого підходу, що підтверджується дослідженнями таких провідних вчених, як: Б. Бартлі, Р. Вернер, С. Гомібуті, Ф. Котлер, В. Кумар, Р. Манн та багатьох інших. Вони звертали увагу на необхідності впровадження в компанії корпоративної культури, в рамках якої діяльність співробітників орієнтована на розуміння поточних та перспективних цілей та завдань клієнта, достатніх для сталого створення споживчої цінності [17] та на заохочення позитивного ставлення співробітників компанії до клієнтів [8]. Високий рівень компетенції співробітників у поєднанні з високим рівнем сервісу формують бажання у клієнтів здійснити повторну покупку, готовність рекомендувати компанію іншим [57].

2. Операційна модель та бізнес-процеси *(оптимізація, підвищення продуктивності, показники результативності, стандартизація роботи, сфери відповідальності)*. Виділення бізнес-процесів та необхідності побудови ефективної операційної моделі в якості ключових ознак клієнтоорієнтованого підходу пов'язано із прагненням компаній до встановлення довгострокового взаємовигідного співробітництва із споживачами. Це передбачає, перш за все, налагодження безперервного потоку даних від клієнтів до підрозділів, перебудову ключової IT-архітектури (наприклад, переведення в хмару), адаптацію застосунків до клієнтських потреб і досвіду. По-друге, це направлення всіх бізнес-процесів компанії на максимальне задоволення потреб клієнта.

Перші праці з розгляду практик, направлених на підвищення продуктивності, публікувалися вченими з 2005 рр. Так, на думку В. Кумар, Дж. Петерсен [20], Л. Ламберті [58] та Б. Рос [59] однією з основних ознак клієнтоорієнтованості компанії є мережеве співробітництво. Сутність ознаки полягає у довгостроковому співробітництві ритейлера та компанії-виробника; прихильність у ланцюжку поставок та передача інформації від ритейлера до виробника та навпаки; економія внаслідок диверсифікації виробництва під різні групи споживачів.

Д. Шах, Р. Раст, А. Парасураман, Р. Стелін, Дж. Дей [60] та Ф. Котлер [8] досліджували проблеми індивідуалізованого підходу до задоволення потреб окремого клієнта. До ключових ознак в цьому напрямку вчені віднесли клієнтські маркетингові метрики, а саме: показники, пов'язані з вивченням задоволеності клієнтів, довічної цінності клієнта та рівня сервісу (CSAT, CLV, NRR, MTTR тощо). До цієї групи ознак автори включили й показник підвищення прибутковості через побудову лояльності споживача до бренду (Net Promoter Score — NPS). Не менш важливим, на думку Дж. Нарвера, С. Слейтера [61], Дж. Шета та А. Шарма [62], є моніторинг рівня зобов'язань перед клієнтом та якості обслуговування; організація консультаційного процесу продажів, післяпродажного обслуговування; ретельний відбір продавців; використання CRM та багатоканального маркетингу.

Зауважимо, що чітко налагоджені бізнес-процеси і технології (стандарти, посадові інструкції, регламенти тощо) мають першочергове значення у випадку, якщо компанія орієнтується на масове обслуговування великих потоків клієнтів. До значимих параметрів якості бізнес-процесів відносяться час, собівартість та безпомилковість виконання всіх операцій.

Також відмітимо, що орієнтація компанії на індивідуальний підхід до клієнтів неможлива без організації бізнес-процесів, пов'язаних із споживачем, проєктуванням та розробкою продуктів, плануванням життєвого циклу продукту та взаємодією з клієнтом (зворотний зв'язок, маркетингові дослідження, проєктування чи модифікація продуктів, робота з претензіями тощо).

3. Модель бізнесу (або бізнес-модель) — спосіб ведення бізнесу в компанії (або спосіб створення цінності), основною метою розробки якого є опис основних аспектів бізнесу, таких як: *стратегія, організаційна структура, побудова комунікацій з клієнтами тощо.* В умовах цифрової трансформації основною ознакою клієнтоорієнтованості компанії є формування нової бізнес-моделі або оновлення існуючої (створення нового продукту чи послуги, перебудова логістики, зміна підходів до власного позиціювання тощо).

Особливість клієнтоорієнтованості полягає у створенні персоналізованої, індивідуальної пропозиції та доставці її клієнту зручним для нього способом [56]. Це досягається завдяки омніканальності, хмарним обчисленням, штучному інтелекту, платформам для роботи з даними і мобільним технологіям. Налагодження ефективних комунікацій з клієнтами забезпечується уважністю до деталей у клієнтському досвіді. Таким чином, клієнтоорієнтованість проявляється у спроможності компанії налаштувати канали комунікації з клієнтом, організувати синхронізацію інформації в них.

Проблемами глибокого розуміння потреб клієнтів та ефективного їх задоволення займалися вчені з 1970 рр. Так, наприклад Ф. Котлер [8] в своїх роботах розглядав потреби споживачів, методи їх виявлення. Дж. Нарвер, С. Слейтер, Д. МакЛахлан [12] досліджували проблеми створення попиту на нові продукти та послуги на основі передбачення потреб існуючих клієнтів. Теоретичні основи розробки маркетингової стратегії компанії, орієнтованої на клієнта, індивідуалізації продуктів та послуг під сегменти клієнтів (виділення гомогенних груп споживачів), використання споживчого знання як цінного активу та необхідності створення й управління базою клієнтів розглянуто в працях В. Кумара, Дж. Петерсена [20], Д. Шаха, Р. Раста, А. Парасурамана, Р. Стеліна, Дж. Дейя [60].

Зазначимо, що цифрова трансформація передбачає не лише встановлення сучасного обладнання та програмного забезпечення, але й фундаментальні зміни в підходах до організації структури управління та організаційної культури, в рамках якої забезпечується цілісність всіх бізнес-процесів компанії, адаптація останньої до вимог зовнішнього середовища та формування внутрішніх відносин між групами працівників.

Про необхідність формування довіри в колективі, системи колаборацій та комунікацій говорили ще Ф. Вебстер, Р. Дешпанде, Ф. Котлер, Дж. Фарлі та інші вчені. Вони звертали увагу на необхідність створення адхократичної культури при переході до нового — клієнтоорієнтованого підходу, де організація структури управління будується за принципами орієнтації на клієнта, а не на продукти та послуги [13], та взаємодії служби маркетингу із всіма підрозділами компанії [8].

Отримані результати дослідження дозволяють нам розуміти термін клієнтоорієнтованість як певну характеристику бізнесу, що відображає спроможність компанії [64]:

по-перше, сприймати маркетинг як нову філософію ведення бізнесу, в основі якого полягає клієнт, його поведінка, потреби, інтереси та очікування, а не продукт та послуги, які може виробити компанія;

по-друге, глибоко розуміти та ефективно задовольняти потреби, клієнта, вирішувати його проблеми та передбачати бажання;

по-третє, встановлювати та розвивати відносини з клієнтами на взаємовигідній основі, отриму-

вати довгостроковий додатковий прибуток та створювати додаткові конкурентні переваги в умовах посилення і розвитку конкуренції.

Отже, використання клієнтоорієнтованого підходу в діяльності компаній свідчить, що клієнтоорієнтованість є самостійною економічною категорією. Визначення клієнтоорієнтованості як категорії потребує розгляду особливостей оточення компаній.

Так, суб'єктами клієнтоорієнтованості є клієнти, співробітники, партнери, акціонери. Основний суб'єкт, що реалізує клієнтоорієнтований підхід в компанії, — персонал. Клієнт, в свою чергу, є джерелом прибутку компанії.

Основним об'єктом клієнтоорієнтованості є оточення компанії, яке складають причинно-наслідкові зв'язки економічних явищ та процесів, що прямо чи опосередковано впливають на діяльність компанії. Оточення, у свою чергу, поділяється на безпосереднє, як складова макрооточення, та внутрішнє (мікрооточення). Безпосереднє оточення складають активні сили, на відносини з якими компанія може впливати, а саме: клієнти, конкуренти, постачальники, партнери. До внутрішнього оточення компанії відносяться елементи організаційної структури управління.

Оскільки клієнтоорієнтованість визначається в більшості випадків як соціально-економічна категорія, філософія та стратегія, то коло об'єктів, на нашу думку, має бути наступним: *потреби, запити споживачів* (стратегія); *клієнтська культура* (корпоративна культура); *способи вирішення потреб клієнтів* (бізнес-процеси); *винагорода персоналу за глибоке розуміння потреб клієнтів* (мотивація); *сегменти споживачів* (організаційна структура); *обслуговування клієнтів* (філософія бізнесу); *портфель клієнтів* (критерії управління); *корисність для клієнтів, лояльність клієнтів до компанії* (стратегічна мета); *кількість продуктів та послуг, що компанія може надати одному клієнту* (підхід до реалізації продуктів та послуг); *вартість довічної вартості клієнта* (стратегічний результат).

3.1. Принципи, цілі, завдання та функції клієнтоорієнтованості

Сутність клієнтоорієнтованості доцільно розкривати за допомогою характеристики його принципів, цілей та функцій.

Клієнтоорієнтований підхід має проявлятися на всіх етапах співробітництва клієнта з компанією. Для того, щоб встановлювати і підтримувати якісний зв'язок з клієнтами, компаніям необхідно дотримуватися таких основних *принципів клієнтоорієнтованості* [51; 64; 65]: сумлінне виконання роботи (або чесність, відкритість); знання цільової аудиторії (або знання проблем і потреб клієнтів); постійна робота над корпоративною культурою (або залучення співробітників у досягнення цілей бізнесу; навчання, мотивація персоналу і контроль); впровадження клієнтоорієнтованих стандартів з обслуговування клієнтів (або задоволеність клієнта); постійний рух, розвиток та удосконалення компанії; встановлення довгострокових відносин з цільовою аудиторією (або робота з клієнтами); розподіл відповідальності за відносини з клієнтами між усіма підрозділами компанії; вивчення карти шляху клієнта (або увага до дрібниць; уміння зрозуміти, прийняти точку зору клієнта; погляд з боку клієнта); передбачення бажання клієнтів (або уміння випереджати очікування клієнтів); гнучкість.

Дотримання принципів клієнтоорієнтованості передбачає роботу компанії із залучення нових та утримання існуючих прибуткових, ключових клієнтів; оптимізації відносин з клієнтами; організації перед- та післяпродажного обслуговування клієнтів та організації єдиної інформаційної основи взаємодії з клієнтами.

Далі зазначимо, що цільовим результатом клієнтоорієнтованості є створення додаткової цінності, що забезпечить збереження / створення додаткових конкурентних переваг компанії та отримання додаткового прибутку. Цьому сприяє досягнення мети реалізації клієнтоорієнтованого підходу у діяльності компанії.

Головною *метою клієнтоорієнтованості* є перетворення потенційного клієнта компанії на постійного (далі на «прихильника / радника»). Цілями [66], також можуть бути: *збільшення обсягів продажів продуктів та послуг за рахунок встановлення довгострокових партнерський відносин з клієнтами; отримання та збереження певної частки ринку за рахунок розвитку довгострокової прихильності клієнтів; зростання прибутку та рентабельності на базі формування позитивного клієнтського досвіду завдяки покращенню якості обслуговування клієнтів та задоволення їх потреб.*

До основних *завдань* [39], виконання яких сприятиме успішному виконанню мети, віднесемо: *розробку клієнтоорієнтованої стратегії; правильне використання показника доходу від клієнта протягом терміну його вірності компанії для успішної реалізації клієнтоорієнтованої стратегії; здійснення обґрунтованих інвестиції в організацію системи продажів, маркетингу та обслуговування з урахуванням життєвого циклу клієнта;*

формування корпоративної культури, що підтримує клієнтоорієнтованість; розуміння зв'язку між довічною цінністю клієнта та ринковою вартістю компанії; розуміння сутності системи управління відносинами з клієнтами як джерела цінних знань.

Реалізація принципів клієнтоорієнтованості впливає на функції та забезпечує їх виконання. На нашу думку, клієнтоорієнтованість покликана виконувати такі основні функції, як: *створення цінності для споживача та формування лояльності клієнта по відношенню до компанії.*

Створення цінності для споживача.

Зміст: забезпечення в умовах гіперконкурентного ринку сприйняття клієнтом користі від продукту чи послуги у порівняні з можливими альтернативами.

Результат реалізації: створення переваг для клієнтів. Допомога у вирішенні проблем клієнтів проявляється отриманням ними таких переваг, як: якість продукту чи послуги; досягнення успіху, як результат використання продукту чи послуги; переваги від володіння; точки диференціації; швидкий доступ до рішення; імідж і назва бренду на продукті; наявні відносини чи досвід тощо.

Інструменти: шаблон ціннісних пропозицій (схема бізнес-середовища; шаблон бізнес-моделі; The Value Proposition Canvas (розробка ціннісних пропозицій)).

Формування лояльності клієнта по відношенню до компанії.

Зміст: створення привабливого бізнесу для клієнта за рахунок формування емоційної прив'язки до компанії та відстеження поведінки клієнта. Правильна проведена сегментація та визначення пріоритетів в рівні обслуговування створює можливості для утримання існуючих та залучення нових клієнтів.

Результат реалізації: збільшення частоти та обсягу покупок; надання компанії інформації, необхідної для поліпшення якості продукту та сервісу, оптимізації бізнес-процесів; рекомендація компанії іншим споживачам, які приносять прибутки.

Інструменти: програма лояльності.

Виконання клієнтоорієнтованістю функцій залежить від масштабу та спеціалізації компанії, загальної стратегії її розвитку, наявності маркетингової інформаційної системи, кваліфікованого персоналу тощо. Але тільки комплексне їх застосування являє собою сутність клієнтоорієнтованості.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

1. Проведено дослідження особливостей становлення та розвитку клієнтоорієнтованого підходу до управління компанією. З чого приходимо до висновку, що створення клієнтоорієнтованої системи управління компанією диктується змінами сучасного ринку, а саме:

– переходом від фокусування уваги на продукті до акцентування уваги на клієнтові за дотримання інтересів компанії. Це спричинило виникнення та поширення інноваційних бізнес-моделей в економіці, переорієнтацією бізнес-процесів компанії на потреби споживача, підвищення якості обслуговування та швидкість виведення нового продукту на ринок.

2. З'ясовано ключові передумови до формування клієнтоорієнтованості в компанії та визначено чинники, що сприяли появі складових клієнтоорієнтованості, а саме:

– технологічні, економічні та методологічні;
– «ставлення до маркетингу», «створення споживчої цінності», «планування, орієнтоване на споживача», «джерело прибутку», «структура управління, орієнтована на споживача». В результаті даних змін базисом конкурентоспроможності компанії стають встановлення та утримання довгострокових партнерських відносин з клієнтами.

3. Поглиблено сутність поняття клієнтоорієнтованість, а саме:

– розкрито такі її компоненти, як: людський капітал та менеджмент; операційна модель та бізнес-процеси; модель бізнесу (або бізнес-модель); до суб'єктів клієнтоорієнтованості віднесено клієнтів, конкурентів, постачальників, партнерів компанії; основними об'єктами клієнтоорієнтованості визначено: стратегію, корпоративну культуру, бізнес-процеси, мотивацію, організаційну структуру, філософію бізнесу, критерії управління, стратегічну мету, підхід до реалізації продуктів та послуг, стратегічний результат. В результаті чого сутність категорії «клієнтоорієнтованість» розуміється як основа для формування конкурентної стратегії та побудови нової бізнес-моделі компанії.
– визначено принципи, цілі, завдання та функції клієнтоорієнтованості. Обґрунтовано, що: *ключовим вимірником цінності є задоволеність клієнта* (основні елементи цінності, що полягають в основі продажів, — якість, обслуговування, доставка продукту); *ключовим вимірником отримання додаткових прибутків є прибутковість клієнтів* (складові отримання додаткових прибутків, як основи підвищення орієнтації на клієнта, — наявна клієнтська база та глибоке вивчення потреб клієнтів).

З чого зроблено висновок, що впровадження концепції орієнтації на клієнта є невід'ємним елементом маркетингової діяльності компанії та необхідною умовою успішного її функціонування

на ринку; додаткові інвестиції у проведення досліджень та вміння створювати цінність є джерелом підвищення ринкової вартості компанії, запорукою конкурентних переваг та зниження транзакційних витрат ринкових угод.

Перспективами подальшого розвитку цього напряму досліджень є розробка теоретичних підходів та практичних рекомендацій щодо розвитку клієнтоорієнтованого підходу в компаніях в умовах цифрової трансформації.

Література

1. 2021 Edelman Trust Barometer. Edelman, 2021. URL: https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer (Last accessed: 21.03.2022).

2. 2022 Edelman Trust Barometer. The Cycle of Distrust. Edelman, 2022. URL: https://www.edelman.com/trust/2022-trust-barometer (Last accessed: 21.03.2022).

3. Taylor F. W. The Principles of Scientific Management. New York, London, Harper & Brothers, 1911. 152 p. URL: https://ia800701.us.archive.org/8/items/principlesofscie00taylrich/principlesofscie00taylrich.pdf (Last accessed: 22.03.2022).

4. Ковальчук С. Розвиток клієнтоорієнтованості засобами краудсорсингу. Маркетинг в Україні. 2015. № 5. С. 34–48. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/197257941.pdf (дата звернення: 22.03.2022).

5. Drucker P. The Practice of Management. New York: Harper & Row, 1954. 404 p.

6. McKitterick John B. What Is the Marketing Management Concept?: Frank, M. Bass (Ed.). The Frontiers of Marketing Thought and Action. Chicago: American Marketing Association. 1957. P. 71–82.

7. Levitt T. The Marketing Mode; Pathways to Corporate Growth. New York: McGraw-Hill, 1969. 345 p.

8. Kotler P. From Sales Obsession to Marketing Effectiveness. Harvard Business Review. 1977. Issue 6. Vol. 55. P. 67–55. URL: https://hbr.org/1977/11/from-sales-obsession-to-marketing-effectiveness (Last accessed: 22.03.2022).

9. Deshpande R., Webster Jr. F. E. Organizational Culture and Marketing: Defining the Research Agenda. The Journal of Marketing. 1989. Issue 1. Vol. 53. P. 3–5. doi: https://doi.org/10.2307/1251521.

10. Kohli A. K., Jaworski B. J. Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. Journal of Marketing. 1990. Issue 2. Vol. 54. P. 1–18. doi: https://doi.org/10.2307/1251866

11. Narver J. C., Slater S. F. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. The Journal of Marketing. 1990. Issue 4. Vol. 54. P. 20–35. doi: https://doi.org/10.2307/1251757.

12. Narver J. C., Slater S. F., MacLachlan D. L. Responsive and Proactive Market Orientation and New-Product Success. Journal of Product Innovation Management. 2004. Issue 5. Vol. 21. P. 334–347. doi: https://doi.org/10.1111/j.0737-6782.2004.00086.x.

13. Deshpande R., John U. Farley, Frederick E. Webster, Jr. Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis. Journal of Marketing. 1993. Issue 1. Vol. 57. P. 23–37. doi: https://doi.org/10.2307/1252055.

14. Peppers D., Rogers M. The One-to-One Future: Building Relationships One Customer at a Time. Currency; First Currency paperback Edition, 1993. 429 p.

15. Payne A. Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management. London. Butterworth-Heinemann; 1st Edition, 2005. 464 p. doi: https://doi.org/10.4324/9780080476933 (Last accessed: 24.03.2022).

16. Kotler P., Keller K. I. Marketing Management. New Jersey. 14th ed. Pearson Education, Inc., Prentice Hall, 2012. 812 p. URL: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4371157/mod_resource/content/1/Marketing%20Management%2C%2014%20ed.pdf (Last accessed: 24.03.2022).

17. Bartley B., Gomibuchi S., Mann R. Best practices in achieving a customer-focused culture. Benchmarking: An International Journal. 2007. Issue 4. Vol. 14. P. 482–496. doi: https://doi.org/10.1108/14635770710761889.

18. Gebauer H., Kowalkowski C. Customer-focused and service-focused orientation in organizational structures. Journal of Business & Industrial Marketing. 2012. Issue 7. Vol. 27. P. 527–537. URL: http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:545249/FULLTEXT01.pdf (Last accessed: 25.03.2022).

19. Sheth J. N., Sharma A. The impact of the product to service shift in industrial markets and the evolution of the sales organization. Industrial Marketing Management. 2008. Issue 3. Vol. 37. P. 260–269. doi: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2007.07.010.

20. Kumar V., Petersen J. A. Using a customer-level marketing strategy to enhance firm performance: a review of theoretical and empirical evidence. Journal of the Academy of Marketing Science. 2005. Issue 4. Vol. 33. P. 504–519. doi: https://doi.org/10.1177/0092070305275857.

21. Lambin J.-J. Chumpitaz R., Schuiling, I. Market-Driven Management: Strategic and Operational Marketing. 2nd ed. Palgrave Macmillan, 2007. 477 p.

22. Sheth J. N. Impact of emerging markets on marketing: Rethinking existing perspectives and practices. Journal of Marketing. 2011. Issue 4. Vol. 75. P. 166–182. doi: https://doi.org/10.1509/jmkg.75.4.166.

23. Burgess S. M., Steenkamp, J-B. E. M. Marketing renaissance: How research in emerging markets advances marketing science and practice. International Journal of Research in Marketing. 2006. Issue 4. Vol. 23. P. 337–356. doi: https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2006.08.001.

24. Conduit J., Mavondo F. How Critical Is Internal Customer Orientation to Market Orientation? Journal of Business Research. 2001. Issue 1. Vol. 51. P. 11–24. doi: https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00044-2.

25. Sin L. Y., Tse A. C., Heung V. C., Yim F. H. An analysis of the relationship between market orientation and business performance in the hotel industry. International Journal of Hospitality Management. 2005. Issue 4. Vol. 24. P. 555–577. doi: https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2004.11.002.

26. Seilov G. A. Does the adoption of customer and competitor orientations make small hospitality businesses more entrepreneurial? Evidence from Kazakhstan. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2015. Issue 1. Vol. 27. P. 71–86. doi: https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2013-0547.

27. Yaprak A., Tasoluk B., Kocas C. Market orientation, managerial perceptions, and corporate culture in an emerging market: Evidence from Turkey. International Business Review. 2015. Issue 3. Vol. 24. P. 443–456. doi: https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2014.10.003.

28. Akimova I. Development of market orientation and competitiveness of Ukrainian firms. European Journal of Marketing. 2000. Issue 9/10. Vol. 34. P. 1128–1148. doi: https://doi.org/10.1108/03090560010342511.

29. Chuang S. H., Lin H. N. The roles of infrastructure capability and customer orientation in enhancing customer-information quality in CRM systems: Empirical evidence from Taiwan. International Journal of Information Management. 2013. Issue 2. Vol. 33. P. 271–281. doi: https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2012.12.003.

30. Vieira V. A. Antecedents and consequences of market orientation: a Brazilian meta-analysis and an international mega-analysis. BAR-Brazilian Administration Review. 2010. Issue 1. Vol. 7. P. 40–58. doi: https://doi.org/10.1590/S1807-76922010000100004.

31. World Development Report 2016: Digital Dividends. World Bank Group, 2016. doi: https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0671-1.

32. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond. World Economic Forum, 2016. URL: https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/ (Last accessed: 28.03.2022).

33. The Internet of Things: Mapping the Value Beyond the Hype. McKinsey Global Institute, 2015. URL: https://www.mckinsey.com/mgi/overview (Last accessed: 28.03.2022).

34. The New Digital Economy. How it will transform business. Oxford Economics, 2011. URL: https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/the-new-digital-economy.pdf (Last accessed: 28.03.2022).

35. Digital disruption: The growth multiplier. Optimizing digital investments to realize higher productivity and growth. Accenture, 2016. URL: https://www.anupartha.com/wp-content/uploads/2016/01/Accenture-Strategy-Digital-Disruption-Growth-Multiplier.pdf (Last accessed: 28.03.2022).

36. What defines the Digital Sector? Office for National Statistic, 2015. URL: https://www.ons.gov.uk/ (Last accessed: 28.03.2022).

37. Digital Vortex: How Digital Disruption Is Redefining Industries. Global Center for Digital Business Transformation, 2015. URL: https://www.imd.org/dbtcenter/ (Last accessed: 28.03.2022).

38. Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organizations. MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting, 2011. URL: https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/Digital_Transformation__A_Road-Map_for_Billion-Dollar Organizations.pdf (Last accessed: 28.03.2022).

39. Fader P., Toms S. E. The Customer Centricity Playbook. Wharton School Press, 2013. 136 p.

40. Боденчук, Л.Б., Ліганенко, І. В. Малий і середній бізнес та цифрові платформи: можливості та загрози. European scientific journal of Economic and Financial innovation. 2021. № 7. Т. 1. С. 4–13. doi: http://doi.org/10.32750/2021-0101.

41. Dietz M., Khanna S., Olanrewaju T., Rajgopal K. Cutting through the Noise around Financial Technology. McKinsey Global Institute. 2016. 1 Feb. URL: https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/cutting-through-the-noise-around-financial-technology (Last accessed: 04.04.2022).

42. Тигіпко А. Open banking — що це і хто виграє від його запровадження в Україні. НВ. 2021. 22. лют. URL: https://biz.nv.ua/ukr/experts/open-banking-shcho-ce-koli-z-yavitsya-v-ukrajini-i-hto-vigraye-novini-ukrajini-50143253.html (дата звернення: 04.04.2022).

43. Drucker P. The new society of organizations. Harvard Business Review. 1992. Issue 5. Vol. 70. P. 95–105. URL: https://hbr.org/1992/09/the-new-society-of-organizations (Last accessed: 04.04.2022).

44. Abrahamson E. Change without pain. Harvard Business Review. 2000. Issue 4. Vol. 83. P. 75–79. URL: https://hbr.org/2000/07/change-without-pain (Last accessed: 06.04.2022).

45. Kotter John P. Accelerate: Building Strategic Agility for a Faster-Moving World. 1st ed. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press, 2014. 224 p.

46. Organizational Change Management. Deliver on complex organizational change management initiatives. Gartner. URL: https://www.gartner.com/en/human-resources/insights/organizational-change-management (Last accessed: 06.04.2022).

47. Кваско А. В., Лавренюк М. М. Потенціал підприємства на основі клієнтоорієнтованого підходу. Інтелект XXI. 2013. № 1–2. С. 69–78. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2013_1–2_10 (дата звернення: 10.04.2022).

48. Вантух Т. З. Сутність та визначення поняття «клієнтоорієнтована депозитна політика». Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2015. № 2. С. 17–25. URL: https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/882/892 (дата звернення: 10.04.2022).

49. Продан І. О., Різник, Ю. І. Клієнтоорієнтований підхід як передумова конкурентоспроможності підприємства. Бізнес Інформ. 2017. № 1. С. 308–313. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2017-1_0-pages-308_313.pdf (дата звернення: 10.04.2022).

50. Лазоренко Л. В. Особливості системи клієнтоорієнтованого управління підприємствами мобільного зв'язку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. № 11. С. 90–93. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/11_2017ua/22.pdf (дата звернення: 12.04.2022).

51. Халіна В. Ю., Васильєва Т. С. Клієнтоорієнтованість як нова парадигма ведення бізнесу. Економіка та держава. 2018. № 9. С. 75–78. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/9_2018/15.pdf (дата звернення: 12.04.2022).

52. Ковалевський В. О., Юшкевич О. О. Клієнтоорієнтованість організації як соціально-економічна категорія. Бізнес Інформ. 2019. № 6. С. 246–251. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019–6_0-pages-246_251.pdf (дата звернення: 12.04.2022).

53. Necsulescu E., Sirbu C. Creating and Supporting a Customer Oriented Culture in the Accounting Profession. Journal of Accounting management. 2011. Issue 1. Vol. 1. P. 35–40. URL: https://www.academia.edu/26774230/Creating_and_Supporting_a_Customer_Oriented_Culture_in_the_Accounting_Profession (Last accessed: 20.04.2022).

54. Singh D. K., Mazumdar B. D. Customer Oriented Negotiation Computational Model in B2C E-Commerce. International Journal of New Practices in Management and Engineering. 2012. Issue 2. Vol. 1. P. 14–19. URL: https://www.academia.edu/45631486/Customer_Oriented_Negotiation_Computational_Model_in_B2C_E_Commerce (Last accessed: 20.04.2022).

55. Site Analyzer: офіційний сайт. URL: https://site-analyzer.pro (дата звернення: 22.04.2022).

56. Цифрова трансформація бізнесу: навіщо вона потрібна і ще 14 запитань. BusinessViews. 2019. 12 груд. URL: https://businessviews.com.ua/ua/digital-transformation/id/cifrova-transformacija-biznesu-navischo-vona-potribna-i-sche-14-pitan-2046/ (дата звернення: 25.04.2022).

57. Kumar V., Venkatesan R., Reinartz W. Performance Implications of Adopting a Customer-Focused Sales Campaign. Journal of Marketing. 2008. Issue 5. Vol. 72. P. 50–68. URL: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1509/jmkg.72.5.050 (Last accessed: 03.05.2022).

58. Lamberti L. Customer centricity: the construct and the operational antecedents. Journal of Strategic Marketing. 2013. Issue 7. Vol. 21. P. 588–612. doi: https://doi.org/10.1080/0965254X.2013.817476.

59. Ross B. Ten tips to winning at consumer centricity: for retailers and manufacturers. Journal of Consumer Marketing. 2009. Issue 6. Vol. 26. P. 450–454. URL: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/07363760910988265/full/html (Last accessed: 03.05.2022).

60. Shah D., Rust R. T., Parasuraman A., Staelin R., Day G. S. The Path to Customer Centricity. Journal of Service Research. 2006. Issue 2. Vol. 9. P. 113–124. doi: https://doi.org/10.1177/1094670506294666.

61. Narver J. C., Slater S. F. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. Journal of Marketing. 1990. Issue 4. Vol. 54. P. 20–35. doi: https://doi.org/10.1177/002224299005400403.

62. Sheth J. N., Sharma A. The impact of the product to service shift in industrial markets and the evolution of the sales organization. Industrial Marketing Management. 2008. Issue 3. Vol. 37. P. 260–269. doi: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2007.07.010.

63. Клієнтоорієнтованість — це... Рівні, принципи клієнтоорієнтованості, її розвиток. UkrPublic. 2021. 20 серп. URL: https://ukrpublic.com/aktualne/klientoorientovanist- tse- rivni- printsipi- klientoorientovanosti-jiji-rozvitok.amp.html (дата звернення: 10.05.2022).

64. Що таке клієнтоорієнтований підхід та його основні принципи. AG Marketing. 2019. 3 верес. URL: https://ag.marketing/blog/klientoorientovaniy-pidhid/ (дата звернення: 10.05.2022).

65. Перерва І. М. Сутність клієнтоорієнтованості та клієнтоорієнтований підхід до розвитку організації. Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика: матеріали міжн. наук.-практ. конф., 3–4 березня 2020 р. Харків: ФОП Панов А. М., 2020. С. 53–55. URL: http://kafacco.hneu.edu.ua/pdf_materials/Konf_2020.pdf (дата звернення: 05.06.2022).

66. Коба В., Пилипенко О., Городецький М. Місце клієнтоорієнтованого підходу у системі маркетингу підприємства. Стратегічні імперативи сучасного менеджменту: матеріали V міжн. наук.-практ. конф., 23–24 квітня 2020 р. Київ: КНЕУ, 2020. С. 2016–2018. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/32925/sism_20_216219.pdf?sequence=1 (дата звернення: 05.06.2022).

References

1. 2021 Edelman Trust Barometer / Edelman (electronic information portal). Retrieved from: https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer (accessed 21 March 2022)

2. 2022 Edelman Trust Barometer. The Cycle of Distrust / Edelman (electronic information portal). Retrieved from: https://www.edelman.com/trust/2022-trust-barometer (accessed 21 March 2022)

3. Taylor F. W. (1911). The Principles of Scientific Management: New York, London, Harper & Brothers. 152 p. Retrieved from: https://ia800701.us.archive.org/8/items/principlesofscie00taylrich/principlesofscie00taylrich.pdf (accessed 21 March 2022)

4. Kovaljchuk S. (2015). Rozvytok klijentoorijentovanosti zasobamy kraudsorsynghu [Development of customer orientation by means of crowdsourcing]. Marketyngh v Ukrajini — Marketing in Ukraine, 5, 34–48. Retrieved from: https://core.ac.uk/download/pdf/197257941.pdf (accessed 22 March 2022) [in Ukrainian]

5. Drucker P. (1954). The Practice of Management: New York: Harper & Row. 404 p.

6. McKitterick John B. (1957), "What Is the Marketing Management Concept?" in The Frontiers of Marketing Thought and Action (pp. 71–82). Frank, M. Bass (Ed.). Chicago: American Marketing Association.

7. Levitt T. (1969). The Marketing Mode; Pathways to Corporate Growth: New York: McGraw-Hill. 345 p.

8. Kotler P. (1977). From Sales Obsession to Marketing Effectiveness. Harvard Business Review, 6 (55), 67–55. Retrieved from: https://hbr.org/1977/11/from-sales-obsession-to-marketing-effectiveness (accessed 22 March 2022)

9. Deshpande R., & Webster Jr., F. E. (1989). Organizational Culture and Marketing: Defining the Research Agenda. The Journal of Marketing, 53, 3–5. Retrieved from: https://journals.sagepub.com/doi/101177 /002224298905300102 (accessed 01 December 2019)

10. Kohli A. K., Jaworski B. J. (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. Journal of Marketing, 2 (54), 1–18. Retrieved from: https://www.jstor.org/stable/1251866 (accessed 01 December 2019)

11. Narver J. C., Slater S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. The Journal of Marketing, 4 (54), 20–35. Retrieved from: https://www.jstor.org/stable/1251757 (accessed 01 December 2019)

12. Narver J. C., Slater S. F. & MacLachlan D. L. (2004). Responsive and Proactive Market Orientation and New-Product Success. Journal of Product Innovation Management, 5 (21), 334–347. doi: https://doi.org/10.1111/j.0737–6782.2004.00086.x

13. Deshpande R., John U. Farley, & Frederick E. Webster, Jr. (1993). Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis. Journal of Marketing, 1 (57), 23–37. Retrieved from: https://www.jstor.org/stable/1252055 (accessed 01 December 2019)

14. Peppers D., Rogers M. (1993). The One-to-One Future: Building Relationships One Customer at a Time: Currency; First Currency paperback Edition, 429 p.

15. Payne A. (2005). Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management. London: Butterworth-Heinemann; 1st Edition. 464 p. doi: https://doi.org/10.4324/9780080476933 (accessed 24 March 2022)

16. Kotler P., Keller K. I. (2012). Marketing Management. New Jersey: Pearson Education, Inc., Prentice Hall; 14th Edition. 812 p. Retrieved from: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4371157/mod_resource/content/1/Marketing%20Management%2C%2014%20ed.pdf (accessed 22 March 2022)

17. Bartley B., Gomibuchi S. & Mann R. (2007). Best practices in achieving a customer-focused culture. Benchmarking: An International Journal, 4(14), 482–496. doi: https://doi.org/10.1108/14635770710761889

18. Gebauer H., Kowalkowski C. (2012). Customer-focused and service-focused orientation in organizational structures. Journal of Business & Industrial Marketing, 7 (27), 527–537. Retrieved from: http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:545249/FULLTEXT01.pdf (accessed 25 March 2022)

19. Sheth J. N., Sharma A. (2008). The impact of the product to service shift in industrial markets and the evolution of the sales organization. Industrial Marketing Management, 3 (37), 260–269. doi: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2007.07.010

20. Kumar V., Petersen J. A. (2005). Using a customer-level marketing strategy to enhance firm performance: a review of theoretical and empirical evidence. Journal of the Academy of Marketing Science, 4 (33), 504–519. doi: https://doi.org/10.1177/0092070305275857

21. Lambin J.-J. Chumpitaz R. & Schuiling I. (2007). Market-Driven Management: Strategic And Operational Marketing: Palgrave Macmillan; 2nd edition. 477 p.

22. Sheth J. N. (2011). Impact of emerging markets on marketing: Rethinking existing perspectives and practices. Journal of Marketing. 4 (75), 166–182. doi: https://doi.org/10.1509/jmkg.75.4.166

23. Burgess S. M., Steenkamp J-B. E. M. (2006). Marketing renaissance: How research in emerging markets advances marketing science and practice. International Journal of Research in Marketing. 4 (23), 337–356. https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2006.08.001

24. Conduit J., Mavondo F. (2001). How Critical Is Internal Customer Orientation to Market Orientation? Journal of Business Research. 1 (51), 11–24. doi: https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00044-2

25. Sin L. Y., Tse A. C., Heung V. C. & Yim F. H. (2005). An analysis of the relationship between market orientation and business performance in the hotel industry. International Journal of Hospitality Management. 4 (24), 555–577. doi: https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2004.11.002

26. Seilov G. A. (2015). Does the adoption of customer and competitor orientations make small hospitality businesses more entrepreneurial? Evidence from Kazakhstan. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 1(27), 71–86. doi: https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2013-0547

27. Yaprak A., Tasoluk B. & Kocas C. (2015). Market orientation, managerial perceptions, and corporate culture in an emerging market: Evidence from Turkey. International Business Review. 3 (24), 443–456. doi: https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2014.10.003

28. Akimova I. (2000). Development of market orientation and competitiveness of Ukrainian firms. European Journal of Marketing. 9/10 (34), 1128–1148. doi: https://doi.org/10.1108/03090560010342511

29. Chuang S. H., Lin H. N. (2013). The roles of infrastructure capability and customer orientation in enhancing customer-information quality in CRM systems: Empirical evidence from Taiwan. International Journal of Information Management. 2 (33), 271–281. doi: https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2012.12.003

30. Vieira V. A. (2010). Antecedents and consequences of market orientation: a Brazilian meta-analysis and an international mega-analysis. BAR-Brazilian Administration Review. 7(1), 40–58. doi: https://doi.org/10.1590/S1807-76922010000100004

31. World Development Report 2016: Digital Dividends (2016). World Bank Group. doi: https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0671-1

32. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond (2016). World Economic Forum. Retrieved from: https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/ (accessed 28 March 2022)

33. The Internet of Things: Mapping the Value Beyond the Hype (2015). McKinsey Global Institute. Retrieved from: https://www.mckinsey.com/mgi/overview (accessed 28 March 2022)

34. The New Digital Economy. How it will transform business (2011). Oxford Economics. Retrieved from: https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/the-new-digital-economy.pdf (accessed 28 March 2022)

35. Digital disruption: The growth multiplier. Optimizing digital investments to realize higher productivity and growth (2016). Accenture. Retrieved from: https://www.anupartha.com/wp-content/uploads/2016/01/Accenture-Strategy-Digital-Disruption-Growth-Multiplier.pdf (accessed 28 March 2022)

36. What defines the Digital Sector? (2015) Office for National Statistic. Retrieved from: https://www.ons.gov.uk/ (accessed 28 March 2022)

37. Digital Vortex: How Digital Disruption Is Redefining Industries (2015). Global Center for Digital Business Transformation. Retrieved from: https://www.imd.org/dbtcenter/ (accessed 28 March 2022)

38. Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organizations (2011). MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting. Retrieved from: https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/Digital_Transformation__A_Road-Map_for_Billion-Dollar Organizations.pdf (accessed 28 March 2022)

39. Fader P., Toms S. E. (2013). The Customer Centricity Playbook: Wharton School Press. 136 p.

40. Bodenchuk L. B., Lighanenko I. V. (2021). Malyj i serednij biznes ta cyfrovi platformy: mozhlyvosti ta zaghrozy [Small and medium-sized businesses and digital platforms: opportunities and threats]. European scientific journal of Economic and Financial innovation, 1 (7), 4–13. doi: http://doi.org/10.32750/2021–0101 [in Ukrainian]

41. Dietz M., Khanna S., Olanrewaju T. & Rajgopal K. (2016, February 1). Cutting through the Noise around Financial Technology. McKinsey Global Institute. Retrieved from: https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/cutting-through-the-noise-around-financial-technology (accessed 04 April 2022)

42. Tyghipko A. (2021, ljutyj 1). Open banking — shho ce i khto vyghraje vid jogho zaprovadzhennja v Ukrajini [Open banking — what is it and who will benefit from its introduction in Ukraine]. NV — NV. Retrieved from: https://biz.nv.ua/ukr/experts/open-banking-shcho-ce-koli-z-yavitsya-v-ukrajini-i-hto-vigraye-novini-ukrajini-50143253.html (accessed 04 April 2022) [in Ukrainian]

43. Drucker P. (1992). The new society of organizations. Harvard Business Review, 5 (70), 95–105. Retrieved from: https://hbr.org/1992/09/the-new-society-of-organizations (accessed 04 April 2022)

44. Abrahamson E. (2000). Change without pain. Harvard Business Review, 83(4), 75–79. Retrieved from: https://hbr.org/2000/07/change-without-pain (accessed 06 April 2022)

45. Kotter John P. (2014). Accelerate: Building Strategic Agility for a Faster-Moving World. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press; 1st edition, 224 p.

46. Organizational Change Management. Deliver on complex organizational change management initiatives Gartner. Retrieved from: https://www.gartner.com/en/human-resources/insights/organizational-change-management (accessed 06 April 2022)

47. Kvasko A. V., Lavrenjuk M. M. (2013). Potencial pidpryjemstva na osnovi klijentoorijentovanogho pidkhodu [The potential of the enterprise based on a customer-oriented approach]. Intelekt XXI–Intellect XXI, 1–2, 69–78. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/int_XXI_2013_1-2_10.pdf (accessed 10 April 2022)

48. Vantukh T. Z. (2015). Sutnistj ta vyznachennja ponjattja "klijentoorijentovana depozytna polityka" [The essence and definition of the concept of "customer-oriented deposit policy"]. Finansovo-kredytna dijaljnistj: problemy teoriji ta praktyky — Financial and credit activity: problems of theory and practice, 2, 17–25. Retrieved from: https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/882/892 (accessed 10 April 2022)

49. Prodan I. O., Rizny, Ju. I. (2017). Klijentoorijentovanyj pidkhid jak peredumova konkurentospromozhnosti pidpryjemstva [Customer-oriented approach as a prerequisite for the competitiveness of the enterprise]. Biznes Inform — Business Inform, 1, 308–313. Retrieved from: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2017-1_0-pages-308_313.pdf (accessed 10 April 2022)

50. Lazorenko L. V. (2017). Osoblyvosti systemy klijentoorijentovanogho upravlinnja pidpryjemstvamy mobiljnogho zv'jazku [Peculiarities of the system of client-oriented management of mobile communication enterprises]. Naukovyj visnyk Uzhghorodsjkogho nacionaljnogho universytetu — Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University, 11, 90–93. Retrieved from: http://www.visnyk- econom.uzhnu.uz.ua/archive/11_2017ua/22.pdf (accessed 12 April 2022)

51. Khalina V. Ju., Vasyljjeva T. S. (2018). Klijentoorijentovanistj jak nova paradyghma vedennja biznesu [Customer orientation as a new business paradigm]. Ekonomika ta derzhava — Economy and the state, 9, 75–78. Retrieved from: http://www.economy.in.ua/pdf/9_2018/15.pdf (accessed 12 April 2022)

52. Kovalevsjkyj V. O., Jushkevych, O. O. (2019). Klijentoorijentovanistj orghanizaciji jak socialjno-ekonomichna kateghorija [Customer orientation of the organization as a socio-economic category]. Biznes Inform — Business Inform, 6, 246–251. Retrieved from: https://www.business- inform.net/export_pdf/business-inform-2019-6_0-pages-246_251.pdf (accessed 12 April 2022)

53. Necsulescu E., Sirbu C. (2011). Creating and Supporting a Customer Oriented Culture in the Accounting Profession. Journal of Accounting management, 1(1), 35–40. Retrieved from: https://www.academia.edu/26774230/Creating_and_Supporting_a_Customer_Oriented_Culture_in_the_Accounting_Profession (accessed 20 April 2022)

54. Singh D. K., Mazumdar B. D. (2012). Customer Oriented Negotiation Computational Model in B2C E-Commerce. International Journal of New Practices in Management and Engineering, 1(2), 14–19. Retrieved from: https://www.academia.edu/45631486/Customer_Oriented_Negotiation_Computational_Model_in_B2C_E_Commerce (accessed 20 April 2022)

55. Site Analyzer: oficijnyj sajt [Site Analyzer: офіційний сайт]. Retrieved from: https://site-analyzer.pro (accessed 20 April 2022)

56. Cyfrova transformacija biznesu: navishho vona potribna i shhe 14 zapytanj (2019, ghrudenj 12) [Digital business transformation: why it is needed and 14 more questions]. BusinessViews. Retrieved from: https://businessviews.com.ua/ua/digital-transformation/id/cifrova- transformacija-biznesu-navischo-vona-potribna-i-sche-14-pitan-2046/ (accessed 25 April 2022)

57. Kumar V., Venkatesan R. & Reinartz W. (2008). Performance Implications of Adopting a Customer-Focused Sales Campaign. Journal of Marketing, 5 (72), 50–68. Retrieved from: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1509/jmkg.72.5.050 (accessed 03 May 2022)

58. Lamberti L. (2013). Customer centricity: the construct and the operational antecedents. Journal of Strategic Marketing, 7(21), 588–612. doi: https://doi.org/10.1080/0965254X.2013.817476

59. Ross B. (2009). Ten tips to winning at consumer centricity: for retailers and manufacturers. Journal of Consumer Marketing, 6 (26), 450–454. Retrieved from: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/07363760910988265/full/html (accessed 03 May 2022)

60. Shah D., Rust, R.T., Parasuraman, A. etal. (2006). The Path to Customer Centricity. Journal of Service Research, 2 (9), 113–124. doi: https://doi.org/10.1177/1094670506294666

61. Narver J.C. & Slater, S. F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. Journal of Marketing, 4 (54), 20–35. doi: https://doi.org/10.1177/002224299005400403

62. Sheth J.N., Sharma, A. (2008). The impact of the product to service shift in industrial markets and the evolution of the sales organization. Industrial Marketing Management, 3 (37), 260–269. doi: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2007.07.010

63. Klijentoorijentovanistj — ce... Rivni, pryncypy klijentoorijentovanosti, jiji rozvytok (2021, serpenj 20) [Customer orientation is... Levels, principles of customer orientation, its development]. UkrPublic. Retrieved from: https://ukrpublic.com/aktualne/klientoorientovanist-tse-rivni-printsipi- klientoorientovanosti-jiji-rozvitok.amp.html (accessed 10 May 2022)

64. Shho take klijentoorijentovanyj pidkhid ta jogho osnovni pryncypy (2019, veresenj 3) [What is a customer-oriented approach and its main principles]. AG Marketing. Retrieved from: https://ag.marketing/blog/klientoorientovaniy-pidhid/ (accessed 10 May 2022)

65. Pererva I.M. (2020). Sutnistj klijentoorijentovanosti ta klijentoorijentovanyj pidkhid do rozvytku orghanizaciji [The essence of customer orientation and a customer-oriented approach to the development of the organization]. Suchasni problemy upravlinnja pidpryjemstvamy: teorija ta praktyka: materialy mizhnarodnoji naukovo-praktychnoji konferenciji — Modern problems of enterprise management: theory and practice: materials of the international science and practice conference, Kharkiv: FOP Panov A.M., 53–55. Retrieved from: http://kafacco.hneu.edu.ua/pdf_materials/Konf_2020.pdf (accessed 05 June 2022) [in Ukrainian]

66. Koba V., Pylypenko, O., Ghorodecjkyj, M. (2020). Misce klijentoorijentovanogho pidkhodu u systemi marketynghu pidpryjemstva [The place of a customer-oriented approach in the enterprise's marketing system]. Strateghichni imperatyvy suchasnogho menedzhmentu: materialy V mizhnarodnoji naukovo-praktychnoji konferenciji — Strategic imperatives of modern management: materials of the 5th international science and practice conference, Kyjiv: KNEU, 2016–2018. Retrieved from: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/32925/sism_20_216-219.pdf?sequence=1 (accessed 05 June 2022) [in Ukrainian]

УДК 339.1:658.8

Лялюк Алла Миколаївна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва і маркетингу
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Lialiuk Alla
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Entrepreneurship and Marketing Department
Lesia Ukrainka Volyn National University
ORCID: 0000-0002-4889-0511

Сак Тетяна Василівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва і маркетингу
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Sak Tetiana
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Entrepreneurship and Marketing Department
Lesia Ukrainka Volyn National University
ORCID: 0000-0002-7202-3426

Бортнік Світлана Миколаївна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва і маркетингу
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Bortnik Svitlana
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Entrepreneurship and Marketing Department
Lesia Ukrainka Volyn National University
ORCID: 0000-0003-2687-7866

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8139

МАРКЕТИНГОВІ РИЗИКИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

MARKETING RISKS OF TRADING ENTERPRISES IN THE DIGITAL ECONOMY

Анотація *Стаття присвячена дослідженню тенденцій розвитку електронної торгівлі та розробці пропозицій щодо покращення управління маркетинговими ризиками торгівельного підприємства через застосування новітніх інструментів, які забезпечують економічний та соціальний ефект.*

Розглянуто сучасні підходи до трактування терміну «маркетинговий ризик», способи класифікації та можливі методи управління. Подане власне визначення терміну «маркетинговий ризик» як потенційні невдачі й збитки, які можуть виникнути в результаті відсутності внутрішніх ресурсів для інтеграції маркетингових каналів, недостатнього загального бізнес-розуміння цінності окремих клієнтів та неналежної координації комунікації або узгодженні дій за напрямками бізнесу або каналами збуту.

Проаналізовано тенденції розвитку міжнародного ринку електронної торгівлі. На основі статистичних даних визначено стрімке зростання діджитал-економіки. Доведено, що перехід від традиційної організації управління ризиками

торгівельного підприємства до цифрової є фундаментальним викликом у сучасних умовах цифровізації економіки. Актуалізується потреба у забезпеченні динамічної конкурентоспроможності торговельних підприємств з використанням цифрових технологій маркетингу.

Проведено ретроспективний аналіз поведінки споживачів в електронній торгівлі. За результатами опитувань онлайн покупців визначено види та причини ризиків в електронній комерції.

Здійснено уточнення ключових для ефективного маркетингу понять – зокрема, маркетингових ризиків та вибору інструментів управління ними стосовно сфери електронної торгівлі. Доведено, що розвиток маркетингових інновацій, застосування передових засобів аналізу даних і поглиблена аналітика дозволить забезпечити розвиток нових технік управління ризиками, що сприятиме прийняттю кращих рішень за скорочених витрат.

Ключові слова: *маркетингові ризики, електронна торгівля, електронна комерція, цифрова економіка, маркетингові комунікації.*

Summary. *The article is devoted to the study of trends in the development of electronic commerce and the development of proposals for improving the management of marketing risks of a trading enterprise through the use of the latest tools that provide economic and social effects.*

Modern approaches to the interpretation of the term «marketing risk», methods of classification, and possible management methods are considered. The term «marketing risk» is given its definition as potential failures and losses that may arise as a result of the lack of internal resources for the integration of marketing channels, insufficient general business understanding of the value of individual customers, and improper coordination of communication or coordination of actions by business lines or sales channels.

The development trends of the international e-commerce market have been analyzed. The rapid growth of the digital economy is determined based on statistical data. It has been proven that the transition from the traditional organization of risk management of a trading enterprise to a digital one is a fundamental challenge in the modern conditions of digitalization of the economy. The need to ensure the dynamic competitiveness of trade enterprises using digital marketing technologies is being updated.

A retrospective analysis of consumer behavior in e-commerce was conducted. Based on the results of surveys of online buyers, the types and causes of risks in e-commerce were determined.

Key concepts for effective marketing have been clarified – in particular, marketing risks and the selection of tools for managing them in the field of electronic commerce. It has been proven that the development of marketing innovations, the use of advanced data analysis tools, and in-depth analytics will enable the development of new risk management techniques, which will contribute to making better decisions at reduced costs.

Key words: *marketing risks, electronic commerce, electronic commerce, digital economy, marketing communications.*

Постановка проблеми. Сучасний розвиток національної економіки характеризується поступовою трансформацією економічного та інституціонального середовища комерційної господарської діяльності, зумовленою впливом євроінтеграційних процесів, лібералізацією у сфері зовнішньоекономічної діяльності, швидким розвитком глобальних торгівельних мереж та залученням країн у міжнародні економічні відносини. Цифрова економіка, як один із головних факторів зростання світової економіки в найближчі 5–10 років, відкриває нові потужні можливості для держави, суспільства та громадян. Завдяки цьому актуалізується потреба у забезпеченні динамічної конкурентоспроможності торговельних підприємств з використанням цифрових технологій маркетингу.

Нині цифровий маркетинг стає усе більш популярним і проникає в усі сфери нашого життя. Відповідно, вимоги до маркетингу повністю змінилися, зазнала змін політика просування і підтримки продукції, адже реклама розповсюджується через соціальні медіа, ТБ, email-маркетинг, візуальний маркетинг, маркетинг пошукових систем тощо. Робота з великим діапазоном медіа ресурсів представляє значні труднощі для маркетологів і рекламодавців та супроводжується суттєвими ризиками. У таких умовах забезпечення стабільного розвитку торговельних підприємств, підвищення їх стійкості до ризику та невизначеності є важливою проблемою, успішне вирішення якої сприятиме досягненню ними стратегічних цілей діяльності.

Для цього потрібна правильно обрана стратегія, кваліфіковані працівники і відповідно підібрані інструменти, здатні об'єднати і відстежувати всі можливі ризики з метою впливу на різні типи цільових клієнтів протягом усього їх купівельного шляху. Успіх торгівельного підприємства залежатиме саме від того, чи будуть сприйняті ринком його пропозиції, чи погодиться споживач зробити покупку саме у цього продавця, а не у його конкурентів. Таким чином, одними з найбільш

значущих для торговельного підприємства і водночас такими, які найскладніше піддаються прогнозуванню, є саме ті фактори, що породжують маркетингові ризики та підбір інструментів впливу на них.

Отже, можна зробити висновок, що перехід від традиційної організації управління ризиками торгівельного підприємства до цифрової є фундаментальним викликом у сучасних умовах цифровізації економіки, що потребує поглиблених досліджень і практичних розробок щодо їх нівелювання. Стратегічна орієнтація управління товарними ризиками дозволить торговельному підприємству отримувати довгострокові конкурентні переваги та забезпечувати ефективну маркетингову й товарну політику. А розвиток маркетингових інновацій, застосування передових засобів аналізу даних і поглиблена аналітика дозволить забезпечити розвиток нових технік управління ризиками, що сприятиме прийняттю кращих рішень за скорочених витрат.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління маркетинговими ризиками підприємств, розглядають у своїх працях такі вітчизняні й зарубіжні науковці, як Гуржій Н., Кравченко В., Старостіна А., Чурсіна О., Мак Лаура (Mac Laura), Меріт Стів (Merritt Steve) та ін. [1; 2; 5; 10]. Зокрема, Окландер Т. зосереджується на поглибленому вивченні причини виникнення окремих різновидів ризиків [7]. Лобурцева О., Голяш І., Данилюк І. пропонують систематизацію маркетингових ризиків [6]. Діана Буселла (Buccella Diana) виділяє п'ять маркетингових ризиків, з якими стикається сучасне бізнес-середовище [9]. Поряд з цим, незважаючи на значний доробок науковців, дане питання залишається дискусійним в частині управління маркетинговими ризиками в умовах цифровізації економіки. Зокрема існує проблема ідентифікації, моніторингу та управління маркетинговими ризиками торговельних підприємств в умовах діджиталізації, що не дає змоги розробити адекватну систему заходів, спрямованих на їх запобігання, зниження чи уникнення, тобто превентивне управління.

Мета статті. Дослідити тенденції розвитку електронної торгівлі та розробити пропозицій щодо вибору та застосування маркетингових інструментів забезпечення стабільного розвитку торговельних підприємств, підвищення їх стійкості до ризику та невизначеності, що сприятиме досягненню ними стратегічних цілей діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз літературних джерел (табл. 1) свідчить, що до цього часу існують певні термінологічні розбіжності у трактуванні сутності маркетингового ризику. Зокрема, Гуржій Н. маркетинговий ризик визначає як ймовірність втрат, що виникають при вкладенні підприємством коштів в реалізацію маркетингових заходів, а також в розробку управлінських рішень, які не принесуть очікуваного ефекту [1].

На думку Старостіної А., Кравченко В., маркетингові ризики — це сукупність ризиків, властивих маркетинговій сфері діяльності компанії, які характеризуються ймовірністю виникнення певних подій та їх наслідками, що утруднюють чи унеможливлюють досягнення цілей на окремих етапах маркетингової діяльності чи загалом у сфері маркетингу [2]. Кен Лінч під маркетинговим ризиком розуміє потенційні невдачі і збитки, які можуть виникнути в результаті виконання маркетингового плану [22].

Окремою методологічною проблемою залишається недостатня обґрунтованість підходів до класифікації маркетингових ризиків, що утруднює вибір за застосування адекватних методів та практичних інструментів управління ними. Так, на думку Голяш І. до маркетингових ризиків підприємства належать: ризик незатребуваності продукції; ризик неефективності цінової політики підприємства; ризик невідповідності якості товару вимогам споживачів; ризик неефективності організації системи збуту на підприємстві [4].

Чурсіна О. наводить такі види маркетингового ризику: ризик недоотримання прибутку в результаті зниження обсягу реалізації або ціни товару; неправильний вибір ринків збуту продукції і визначення стратегічних рішень на ринку, неточний розрахунок місткості ринку, неправильне визначення потужності виробництва; необдуманість, незлагодженість чи відсутність збутової мережі на передбачуваних ринках збуту; небажана подія, пов'язана зі збутом продукції; невизначеність факторів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства при прийнятті маркетингового рішення [5].

Проте Лобурцева О. для систематизації маркетингових ризиків використала декілька класифікаційних ознак, що змінюються залежно від ієрархічного рівня. Так, за класифікаційною ознакою «характер чинників, що породжують ризик» усі маркетингові ризики пропонує поділити на об'єктивні (джерелами цієї групи ризиків є події, що відбуваються у маркетинговому середовищі торговельного підприємства) та суб'єктивні (виникають унаслідок дій осіб, які приймають рішення, в процесі обміну інформацією між торговельним підприємством та його цільовим ринком) [6].

Окландер Т. Залежно від причини виникнення, маркетингові ризики класифікує за основними маркетинговими інструментами, так званих «4Р»: цінові ризики — ризики, пов'язані з ціновою політикою; товарні ризики — ризики, пов'язані з товарною політикою; ризики розподілу (збутові) — ризики, пов'язані з політикою розподілу; ризики просування (комунікаційні) — ризики, пов'язані з політикою просування. При цьому вищезазначені ризики автор відносить до внутрішніх маркетингових ризиків [7]. На думку Лях Я. Ю. до цього переліку слід також додати: ризики, пов'язані з неякісним маркетинговим дослідженням, адже саме на основі інформації отриманої в результаті маркетингового дослідження приймаються маркетингові рішення; ризики, пов'язані з організацією та контролем маркетингової діяльності на підприємстві; ризики, пов'язані з помилками формулювання місії, визначення маркетингових цілей та стратегії підприємства [8]. Проте ми ставимо під сумнів думку цього автора, що при дослідженні зовнішніх маркетингових ризиків слід враховувати лише фактори мікросередовища маркетингу, так як на думку цього науковця чинники макросередовища мають опосередкований вплив на маркетингову діяльність підприємства і не піддаються впливу окремих господарюючих суб'єктів.

Цікавим є підхід зарубіжного науковця Бусели Діани (Buccella Diana), яка виділяє такі маркетингові ризики: сприйняття бренду і його цінність, відносини з партнерами, брендинг публічного заходу, реклама, неадекватна маркетингова стратегія [9]. Свої висновки науковець підтверджує фактами. Наприклад сприйняття бренду суспільством може сильно впливати на його цінність. Сприйняття бренду наражається на ризик, коли відбувається несприятлива подія або серія несприятливих подій, які не контролюються належним чином. Компанія H & M роздрібний торговець одягом, зазнала критики за те, як поводилися з робітниками на їх закордонних фабриках в Бангладеш, таким чином уособлює «швидку моду» і експлуатацію робітників, незважаючи на те, що компанія робить кроки щодо виправлення своєї діяльності. Прикладом реклами як маркетингового ризику є всесвітньовідома компанія Uber. У минулому році компанія розмістила рекламу, що вводить в оману. Це зокрема, рекламу про те, скільки грошей водії можуть заробити, працюючи в Uber. Компанія була змушена виплатити мільйони штрафів після того, як Федеральна торгова комісія (FTC)

Таблиця 1

Сучасні підходи до трактування терміну «маркетинговий ризик» [1; 2; 5; 22]

Автор (автори) / Джерело	Визначення терміну «маркетинговий ризик»	Особливості підходу
Гуржій Н. / Система маркетингових ризиків в діяльності підприємства [1]	Ймовірність втрат, що виникають при вкладенні підприємством коштів в реалізацію маркетингових заходів, а також в розробку управлінських рішень, які не принесуть очікуваного ефекту	Економічність, прозорість, зрозумілість у використанні, що дає можливість оцінювати ефективність. Відсутність попереджувальної оцінки втрат, оскільки ймовірність втрат коштів є значно нижчою за втрату потенційних клієнтів й ринку загалом. Оцінка «пост-фактум»
Старостіна А., Кравченко В. / Сучасні проблеми управління маркетинговими ризиками [2]	Сукупність ризиків, властивих маркетинговій сфері діяльності компанії, які характеризуються ймовірністю виникнення певних подій та їх наслідками, що утруднюють чи унеможливлюють досягнення цілей на окремих етапах маркетингової діяльності чи цілком у сфері маркетингу	Охоплює всю сферу маркетингу, що є перевагою даного підходу, однак має недостатню інформативність, оскільки несприятливі події та їх наслідки потребують різних управлінських дій та інструментів впливу
Чурсіна О. / Маркетинговий ризик [5]	Ризик недоотримання прибутку в результаті зниження обсягу реалізації або ціни товару	Забезпечує простоту в оцінюванні ефективності маркетингових зусиль, однак звужує сферу управління ризиком лише до цінової політики
Линч Кен (Lynch Ken) / Ways A Risk Management Plan Can Help Your Marketing Strategy [18]	Потенційні невдачі і збитки, які можуть виникнути в результаті виконання маркетингового плану	Потенційні невдачі і збитки зазвичай виникають не лише в результаті виконання маркетингового плану, оскільки більшість прорахунків в управлінні маркетингом виникає саме на стадії розробки, а не лише реалізації планів маркетингу

пред'явила їм позови, виявивши, що Uber помилково заявила про більш високу заробітну плату, ніж водії могли фактично отримати. Тому маркетингові підрозділи компанії зобов'язані стежити за тим, щоб не використовувалися неетичні методи реклами або ті, які вводять в оману. Адже, коли суспільну довіру втрачено і репутація бренду підірвана, відновити цю довіру дуже складно [9].

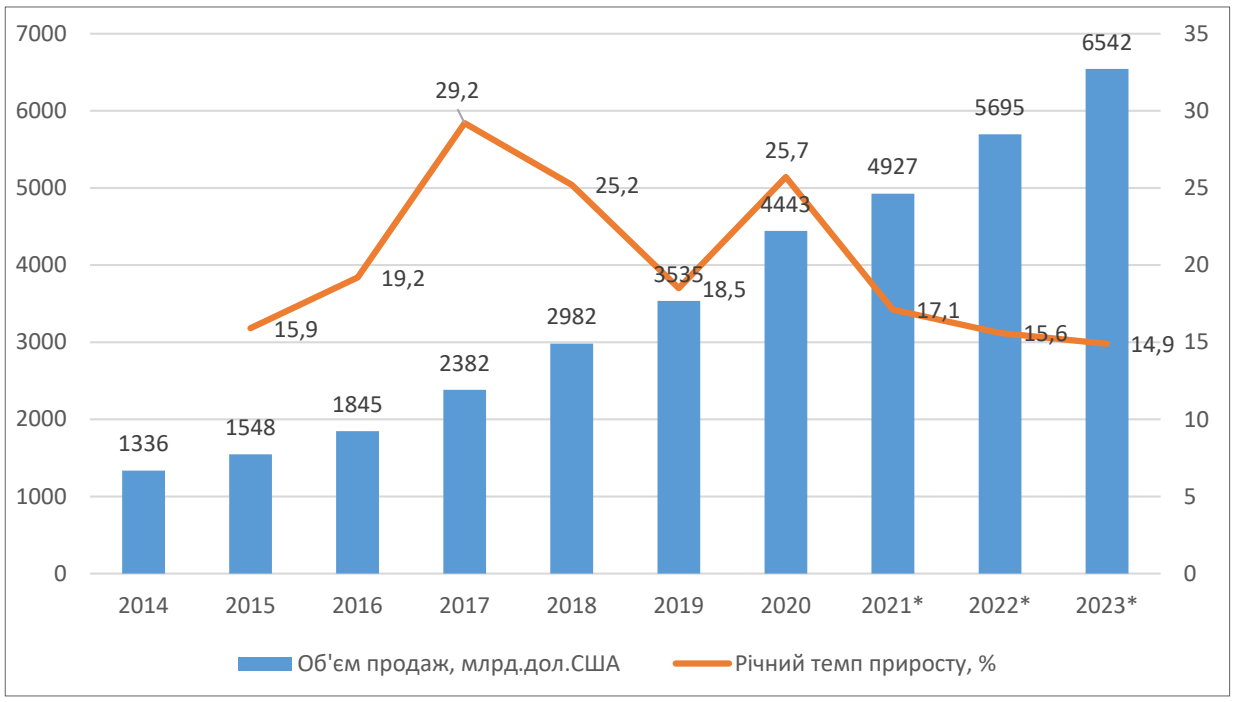
Зростаюча кількість каналів і прагнення робити більше з меншими витратами — два ключові чинники, що спонукають маркетинг до змін. Ці тенденції також створюють проблеми для маркетингу. У звіті Forrester Research зазначається, що «Розширення вибору пропонує маркетологам нові можливості, такі як соціальні мережі, мобільні і брендові розваги. Кожен з них має свої власні показники успіху і динаміку, що унеможливлює порівняння і розрахунок рентабельності інвестиції» [10]. Дослідження, яке провела ще одна авторитетна компанія Gartner, підтверджує вищенаведене. Зокрема вказується, що оскільки відділи маркетингу змушені скорочувати бюджети при одночасному розширенні можливостей, технології будуть відігравати важливу роль в досягненні успіху» [10]. Використання розуміння клієнтів буде важливим ключем до успіху в найближчій перспективі, оскільки «база даних клієнтів, спочатку створена в більшості організацій для підтримки прямого маркетингу, все частіше використовується далеко за межами своєї первісної мети», — йдеться в дослідженні Forrester Research. Дослідження показало, що база даних клієнтів впливає на безліч різних видів діяльності, таких як телемаркетинг, стратегії сегментації клієнтів, дослідження ринку, оптимізація контактів, традиційна реклама, зв'язки з громадськістю, пошуковий маркетинг, дзвінки в службу підтримки, розробку продуктів і ціноутворення на продукти [10].

Зазначене підтверджується статистичними даними стрімкого зростання діджитал-економіки зі створенням при цьому значного економічного та соціального ефектів. Зокрема, у звіті «Цифрові технології 2020» (Digital 2020), підготовленому експертами міжнародних компаній We Are Social і Hootsuite, до середини 2020 року у соцмережах було зареєстровано більше половини населення світу. «Зараз Інтернет використовують понад 4,5 мільярда людей, тоді як кількість користувачів соціальних мереж перетнула позначку в 3,8 мільярда. Майже 60% населення світу вже користується Інтернетом. Кількість користувачів соцмереж у 2020 році зросла на 9% або 321 мільйон нових користувачів в порівнянні з попереднім роком. За даними дослідження, зараз середньостатистичний користувач Інтернету щодня проводить онлайн 6,43 годин. Цей час варіюється залежно від країни (рівня диджиталізації економік країн). Користувачі на Філіппінах проводять в середньому 9 годин і 45 хвилин на день в Інтернеті, в Японії — 4 години і 22 хвилини на день. Загалом 92% світових користувачів Інтернету зараз підключаються через мобільні пристрої. Тому 53,3% всіх веб-запитів припадає на смартфони, 44% — на ПК і ноутбуки, 2,7% — на планшети і ще 0,07% — на інші гаджети. Наймасовішою платформою є Facebook — у неї 2,449 млрд. активних користувачів на місяць. На другому місці YouTube (2 млрд.), на третьому — WhatsApp (1,6 млрд.). Рекламна аудиторія Facebook становить 1,95 млрд. осіб. Також високі темпи зростання показує TikTok, проте 500 млн. з 800 млн. його користувачів знаходяться в Китаї [11].

Отже, маємо констатувати, що з розвитком цифрових технологій роздрібна торгівля зазнала суттєвих змін, активізуючись у форматі онлайн-транзакцій. Розширення доступу до інтернету, а також карантинні обмеження через пандемію COVID-19 сприяли зростанню електронної торгівлі у всьому світі. Зокрема, у 2019 році близько 1,92 мільярда чоловік придбали товари або послуги в інтернеті, а обсяг продажів E-commerce в усьому світі перевищив 3,5 трильйона доларів США. В 2020 році ріст світового ринку електронної комерції склав 25,7% [12].

На рис. 1 подані статистичні дані щодо тенденцій розвитку міжнародного ринку електронної торгівлі. Згідно з даними The Statistical Portal за період 2014–2020 рр. обсяг світової роздрібної електронної торгівлі зріс у більш ніж у 3 рази (рис. 1). Щорічний приріст коливався від 15,9% у 2015 р. до 29,2% в 2017 році. При цьому щорічний приріст світової роздрібної торгівлі з 2016 року незмінно становить близько 6%. [13].

Нині пандемія COVID-19 продовжує впливати на електронну комерцію і поведінку споживачів в Інтернеті. Цифрові канали й надалі будуть основною альтернативою фізичним магазинам, проте прогнозується падіння щорічних темпів росту до рівня 14–17%. У червні 2020 року світовий роздрібний трафік електронної комерції досяг рекордних 22 мільярди відвідувань в місяць, причому виключно високий попит на повсякденні товари, такі як продукти харчування, одяг, а також роздрібні технічні товари (рис. 2). Згідно даних проведених досліджень Contentsquare.com, вплив



* — прогнозні дані

Рис. 1. Роздрібна електронна торгівля в світі з 2014 р. з прогнозом до 2023 року

Джерело: побудовано за даними The Statistical Portal [14]

пандемії COVID-19 на онлайн трафік за галузями має наступний вигляд.

Користувачі інтернету можуть вибирати з різних онлайн-платформ для перегляду, порівняння та покупки необхідних їм товарів або послуг. Станом на 2020 рік на онлайн-торговельні майданчики припадає найбільша частка онлайн-покупок у всьому світі. При цьому в 2020 році основну частину онлайн-трафіку принесли мобільні телефони: 64% відвідувань через Інтернет відбувалися

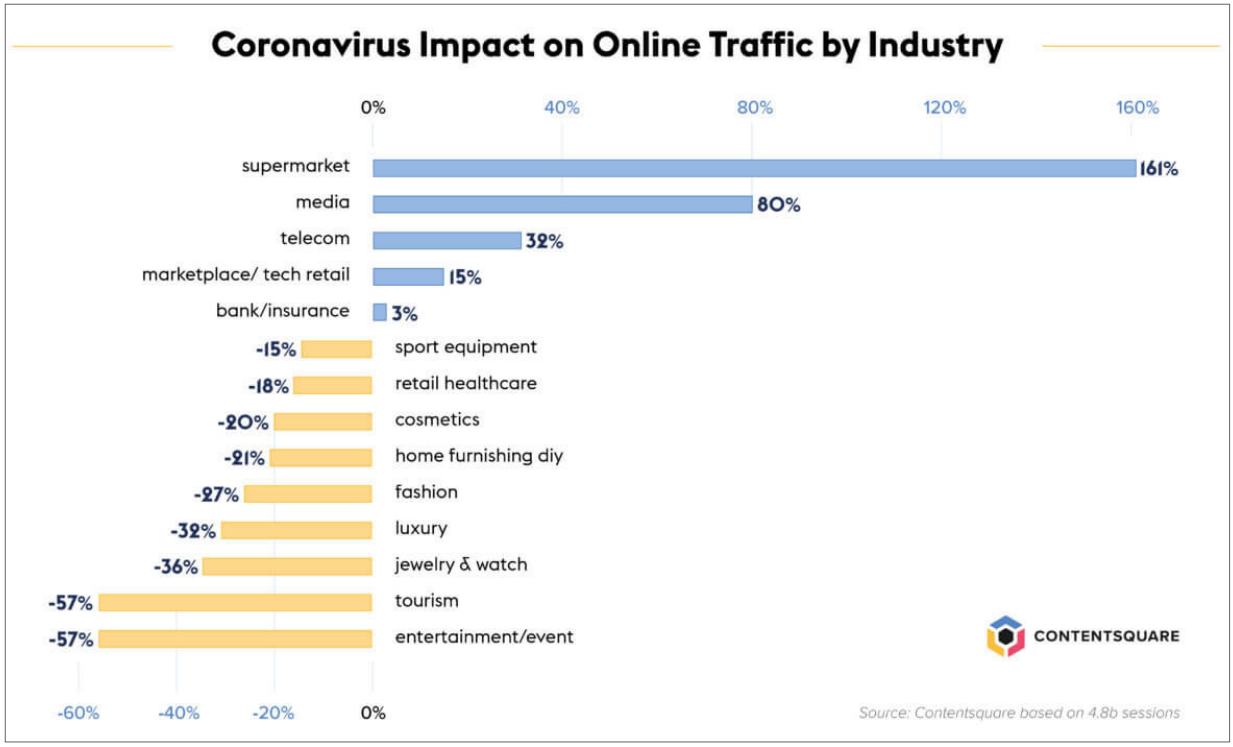


Рис. 2. Вплив пандемії COVID-19 на онлайн трафік за галузями

Джерело: [15]

зі смартфонів, що на 16% більше, ніж у 2019 році [16]. Проте при збільшенні використання мобільних пристроїв коефіцієнт конверсії пристрою продовжує знижуватися (табл. 2).

Таблиця 2

Тенденції щодо використання онлайн-трафіку в світі упродовж 2019–2020 рр. [16]

Data	Desktop	Mobile	Tablet
2019	39	55	6
2020	33	64	3
YoY percentage change	-14%	+16%	-53%

Ріст використання мобільних пристроїв в усьому світі — одна з тенденцій в сфері електронної комерції. У 2020 році на смартфони припадало понад 64% усіх відвідувань торгівельних веб-сайтів в світі. Розвиток M-commerce (мобільна комерція) особливо популярна в країнах Азії, де генерується до 65 відсотків загального обсягу онлайн-транзакцій через мобільний трафік. Очікується, що в 2021 році 72,9 відсотка всієї роздрібної електронної торгівлі буде генеруватися через мобільну комерцію.

Зазначені тенденції розвитку електронної торгівлі, природньо, зумовлюють суттєві зміни у маркетинговій діяльності підприємств й призводять до підвищених ризиків й необхідності надшвидкого реагування на зміни з використанням новітніх інструментів управління маркетинговими ризиками.

Вищевикладене ще раз повертає нас до необхідності уточнення ключових для ефективного маркетингу понять — зокрема, маркетингових ризиків та вибору інструментів управління ними стосовно сфери електронної торгівлі. Отже, на основі вищенаведеного спробуємо дати власне визначення терміну «маркетинговий ризик». Маркетингові ризики — потенційні невдачі й збитки, які можуть виникнути в результаті відсутності внутрішніх ресурсів для інтеграції маркетингових каналів, недостатнього загального бізнес-розуміння цінності окремих клієнтів та неналежної координації комунікації або узгодженні дій за напрямками бізнесу або каналами збуту.

Для виявлення причин виникнення маркетингових ризиків звернемося до ретроспективного аналізу поведінки споживачів в електронній торгівлі. Baymard провели дослідження 4329 американських онлайн-покупців щодо проблем і ризиків електронної комерції, які призводять до того, що вони відмовилися від обраних товарів перед покупкою (рис. 3).

Проведене дослідження є результатом 7-річного вивчення транзакцій оплат в електронній комерції — тестування сайтів з метою з'ясування, чому 68,8% кошиків для покупок споживачі залишають, не здійснивши купівлі, та як зменшити ці ризики. Згідно наведених даних до основних причин незавершеної купівлі 49% опитаних віднесли надто високі додаткові витрати на доставку, податки і платежі. Обов'язкове створення облікового запису було другим в рейтингу (24%), тоді як

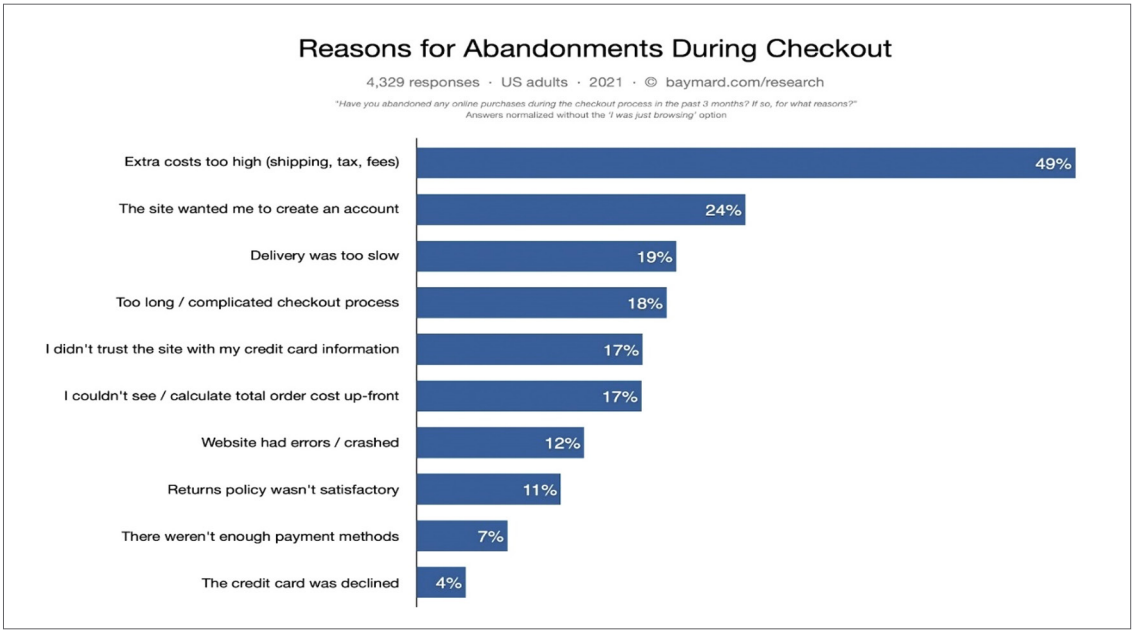


Рис. 3. Результати опитувань онлайн покупців щодо ризиків в електронній комерції

Джерело: [17]

повільна доставка посіла третє місце, про що сказали 19% споживачів. Занадто довгий і складний процес оплати вказали причиною відмови 18% респондентів.

Також, окрім зазначених вище, до маркетингових ризиків електронної торгівлі варто віднести недовіру споживачів при оплаті; недостатність повної інформації про товар та кінцеву вартість; технічні проблеми в роботі веб-сайтів; незадовільну політику повернення товарів.

Одним із засобів вирішення зазначених проблем може стати покращення дизайну сайту та вдосконалення процесу оформлення замовлення. Дослідження проведене Baymard також показує, що середній веб-сайт електронної комерції може покращити свій коефіцієнт конверсії на 35% виключно за рахунок змін в дизайні сайту і процедури замовлення [17].

Управління маркетинговими ризиками — це важливий і необхідний процес, який кожне торговельне підприємство повинне інтегрувати в свою бізнес-діяльність. Формування й практична реалізація планів управління маркетиговими ризиками допоможе підприємствам відстежувати нові і існуючі проблеми і бути готовим до вирішення більшості з них.

Висновки та перспективи дослідження. Отже, в процесі дослідження виявлено, що з розвитком цифрових технологій роздрібна торгівля зазнала суттєвих змін, активізуючись у форматі онлайн-транзакцій, які потребують інноваційних підходів до управління маркетинговими ризиками торгівельних підприємств. Уточнення поняття маркетингового ризику, як «потенційні невдачі й збитки, які можуть виникнути в результаті відсутності внутрішніх ресурсів для інтеграції маркетингових каналів, недостатнього загального бізнес-розуміння цінності окремих клієнтів та неналежної координації комунікації або узгодженні дій за напрямками бізнесу або каналами збуту», дало можливість запропонувати більш обґрунтований підхід до вибору інструментів управління ним стосовно сфери електронної торгівлі.

Подальші дослідження будуть спрямовані на обґрунтування сучасних методів управління маркетинговими ризиками в умовах цифровізації.

Література

1. Гуржій Н. М. Система маркетингових ризиків в діяльності підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6. Т. 4. С. 167–170. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_4/167-170.pdf

2. Старостіна А. О., Кравченко В. А. Сучасні проблеми управління маркетинговими ризиками // Теоретичні та прикладні питання економіки. 2012. Випуск 26. С. 14–26. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/34212/1/23_141-148.pdf

3. 4 Ways A Risk Management Plan Can Help Your Marketing Strategy. URL: https://www.ranky.co/growth-hacking-and-inbound-marketing-blog/4-ways-a-risk-management-plan-can-help-your-marketing-strategy (дата звернення 22.06.2022).

4. Голяш І., Данилюк І. Аналіз маркетингових ризиків підприємства // Економічний аналіз. 2012. Вип. 10. Част. 4. С. 59–61. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/ bitstream/ 316497/2 2637/b2.pdf

5. Чурсіна О. Маркетинговий ризик. URL: http://churzina.wordpress.com/2010/02/15 (дата звернення 22.06.2022).

6. Лабурцева О. І. Управління маркетинговими ризиками торговельних підприємств // Науковий журнал «Економіка України». 2016. 4 (653). С. 79–91. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe? C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/EkUk_2016_4_9.pdf

7. Окландер Т. О. Сутність і класифікація маркетингових ризиків промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6. Т. 2. С. 89–92. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_2/089-093.pdf

8. Лях Я. Ю. Сутність маркетингових ризиків та їх класифікація // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2013. Т. 2. № 2(7). С. 185–191. URL: https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/7.1/185.pdf.

9. Buccella Diana 5 Prevalent Risks for Marketing Departments. URL: https://www.resolver.com/blog/top-5-risks-marketing-teams/ (дата звернення 22.06.2022).

10. Merritt Steve How to reduce the risk of bad marketing decisions. URL: https://www.marketingweek.com/how-to-reduce-the-risk-of-bad-marketing-decision s/ (дата звернення 22.06.2022).

11. До середини року більш як половина населення світу буде користувачами соцмереж. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2870117-do-seredini-roku-bils-ak-polovina-naselenna-svitu-bude-koristuvacami-socmerez.html (дата звернення 22.06.2022).

12. Юдін А. Світовий e-commerce і m-commerce — статистика і факти електронної комерції. 2020. URL: https://marketer.ua/ua/e-commerce-worldwide-statistics-facts/ (дата звернення 22.06.2022).

13. Сак Т. В., Ховхалюк Д. О. Електронна торгівля в Україні: стан, тенденції, перспективи розвитку // Маркетинг і цифрові технології. 2020. Том 4, № 3. С. 73–85. URL: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/112/105

14. Retail e-commerce sale worldwide from 2014 to 2023 (in billion US dollars). The Statistical Portal. URL: https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales (дата звернення 22.06.2022).

15. Responding to COVID-19. URL: https://contentsquare.com/blog/impact-of-coronavirus-on-ecommerce-consumers-settle-into-quarantine/ (дата звернення 22.06.2022).

16. 2021 digital experience benchmark global cx performance across 10+ industries. URL: https://contentsquare.com/digital-experience-benchmark-typ/?submissionGuid=9b831c98-6407-4879-908d-036cbd878777 (дата звернення 22.06.2022).

17. Reasons for Cart Abandonment — Why 68% of Users Abandon Their Cart (2021 data). URL: https://baymard.com/blog/ecommerce-checkout-usability-report-and-benchmark (дата звернення 22.06.2022).

18. Lynch Ken Ways A Risk Management Plan Can Help Your Marketing Strategy. URL: https://www.ranky.co/growth-hacking-and-inbound-marketing-blog/4-ways-a-risk-management-plan-can-help-your-marketing-strategy (дата звернення 22.06.2022).

References

1. Hurzhii N. M. (2011). Systema marketynhovykh ryzykiv v diialnosti pidpryiemstva [The system of marketing risks in the enterprise]. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho univesytetu [Bulletin of the Khmelnytsky National University]. 6, pp. 167–170. Available at: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_4/167-170.pdf (Accessed 22 June 2022) [in Ukrainian].

2. Starostina A. O., Kravchenko V. A. (2012). Suchasni problemy upravlinnia marketynhovymy ryzykamy [Modern problems of marketing risk management]. Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky [Theoretical and applied issues of economics]. 26, pp. 14–26. Available at: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/34212/1/23_141-148.pdf (Accessed 22 June 2022) [in Ukrainian].

3. 4 Ways A Risk Management Plan Can Help Your Marketing Strategy. Available at: https://www.ranky.co/growth-hacking-and-inbound-marketing-blog/4-ways-a-risk-management-plan-can-help-your-marketing-strategy (Accessed 22 June 2022) [in English].

4. Holiash I., Danyliuk I. (2012). Analiz marketynhovykh ryzykiv pidpryiemstva [Analysis of marketing risks of the enterprise]. Ekonomichnyi analiz [Economic analysis]. 10. P. 4, pp. 59–61. Available at: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/22637/b2.pdf (Accessed 22 June 2022) [in Ukrainian].

5. Chursina O. Marketynhovyi ryzyk [Marketing risk]. Available at: http://churzina.wordpress.com/2010/02/15 (Accessed 22 June 2022) [in Ukrainian].

6. Laburtseva O. I. (2016). Upravlinnia marketynhovymy ryzykamy torhovelnykh pidpryiemstv [Management of marketing risks of trade enterprises]. Naukovyi zhurnal «Ekonomika Ukrainy» [Scientific journal «Economy of Ukraine»]. 4 (653), pp. 79–91. Available at: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe? C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/EkUk_2016_4_9.pdf (Accessed 22 June 2022) [in Ukrainian].

7. Oklander T. O. (2011). Sutnist i klasyfikatsiya marketynhovykh ryzykiv promyslovykh pidpryyemstv [The essence and classification of marketing risks of industrial enterprises]. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu [Bulletin of the Khmelnytskyi National University]. 6 (2), pp. 89–92. Available at: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_2/089-093.pdf (Accessed 23 June 2022) [in Ukrainian].

8. Liakh Ya. Yu. (2013). Sutnist marketynhovykh ryzykiv ta yikh klasyfikatsiia [The essence of marketing risks and their classification]. Naukovi pratsi Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii [Scientific works of Poltava State Agrarian Academy]. V 2. 2 (7), pp. 185–191. Available at: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_2/089-093.pdf (Accessed 22 June 2022) [in Ukrainian].

9. Buccella Diana 5 Prevalent Risks for Marketing Departments. Available at: https://www.resolver.com/blog/top-5-risks-marketing-teams/ (Accessed 22 June 2022) [in English].

10. Merritt Steve How to reduce the risk of bad marketing decisions. Available at: https://www.marketingweek.com/how-to-reduce-the-risk-of-bad-marketing-decision s/ (Accessed 22 June 2022) [in English].

11. Do seredyny roku bilsh yak polovyna naselennia svitu bude korystuvachamy sotsmerezh [By the middle of the year, more than half of the world's population will be users of social networks]. Available at: https://www.ukrinform.

ua/rubric-technology/2870117-do-seredini-roku-bils-ak-polovina-naselenna-svitu-bude-koristuvacami-socmerez.html (Accessed 22 June 2022) [in Ukrainian].

12. Yudin A. (2020). Svitovyi e-commerce i m-commerce — statystyka i fakty elektronnoi komertsii [World e-commerce and m-commerce — statistics and facts of e-commerce 2020]. Available at: https://marketer.ua/ua/e-commerce-worldwide-statistics-facts/ (Accessed 22 June 2022) [in Ukrainian].

13. Sak T. V., Khovkhaliuk D. O. (2020). Elektronna torhivlia v Ukraini: stan, tendentsii, perspektyvy rozvytku [E-commerce in Ukraine: state, tendencies, prospects of development]. Marketynh i tsyfrovi tekhnolohii [Marketing and digital technologies]. V. 4, 3, pp. 73–85. Available at: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/112/105 (Accessed 22 June 2022) [in Ukrainian].

14. Retail e-commerce sale worldwide from 2014 to 2023 (in billion US dollars). The Statistical Portal. Available at: https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales (Accessed 22 June 2022) [in English].

15. Responding to COVID-19. Available at: https://contentsquare.com/blog/impact-of-coronavirus-on-ecommerce-consumers-settle-into-quarantine/ (Accessed 22 June 2022) [in English].

16. 2021 digital experience benchmark global cx performance across 10+ industries. Available at: https://contentsquare.com/digital-experience-benchmark-typ/?submissionGuid=9b831c98-6407-4879-908d-036cbd878777 (Accessed 22 June 2022) (Accessed 22 June 2022) [in English].

17. Reasons for Cart Abandonment — Why 68% of Users Abandon Their Cart (2021 data). Available at: https://baymard.com/blog/ecommerce-checkout-usability-report-and-benchmark (Accessed 22 June 2022) [in English].

18. Lynch Ken Ways A Risk Management Plan Can Help Your Marketing Strategy. Available at: https://www.ranky.co/growth-hacking-and-inbound-marketing-blog/4-ways-a-risk-management-plan-can-help-your-marketing-strategy (Accessed 22 June 2022) [in English].

УДК 338.242:314.174

Карпінський Борис Андрійович
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри публічного адміністрування та управління бізнесом
Львівський національний університет імені Івана Франка
Karpinsky Borys
Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of
Public Administration and Business Management
Ivan Franko National University of Lviv
ORCID: 0000-0001-5996-7724

Карпінська Олена Борисівна
кандидат юридичних наук, адвокат
Львівський національний університет імені Івана Франка
Karpinska Olena
PhD in Law, Lawyer
Ivan Franko National University of Lviv
ORCID: 0000-0001-7698-8404

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8167

МЕНЕДЖМЕНТ

ПАРТНЕРСЬКІ ВІДНОСИНИ ЗА ФОРМУВАННЯ SMART-УРБАНІСТИКИ НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВОТВОРЧОГО ПАТРІОТИЗМУ НАЦІЇ

PARTNERSHIP RELATIONS FOR THE FORMATION OF SMART-URBAN PLANNING ON THE BASIS OF STATE-CREATIVE PATRIOTISM OF NATION

***Анотація**. У статті виділено сутнісне наповнення особливостей формування партнерських відносин на сучасному етапі соціально-економічного розвитку з їх результативністю у різних видах діяльності. Зокрема, стверджено, що партнерські відносини – це форма взаємовигідних, добровільних та довготривалих ділових стосунків зацікавлених рівноправних сторін з орієнтацією на певний результативний ефект.*

Розглянуто загальні засади формування «розумних міст» та їх переваги через партнерські відносини у розвитку території, зокрема, на прикладі розгляду smart-міст із проєкту SmartEnCity. Конкретизована увага на ризиках їх функціонування: технологічні, економічні, соціальні, соціально-технічні. Окреслено конкретні напрями місцевої співпраці з партнерами, а саме: місцевою владою, розробниками, експертами, фахівцями, бізнесом, різними соціальними групами, громадкістю. Властиво такі міста отримають реальну вигоду від визначення й впровадження отриманих результатів та формування партнерських відносин, обумовлюючи їх адаптивність і гнучкість для максимальної віддачі в системі розвитку вже smart-урбаністики.

Вперше деталізовано та виділено можливості партнерства в активізації державотворчого патріотизму нації (ДТПН) в smart-урбаністиці, оскільки через дієву стимуляцію уваги до нього отримується додатковий ефект у нарощуванні податкових надходжень в казну держави та забезпечуються й програмні цілі сталого розвитку (зокрема, в частині збереження чистого повітря, питної води, кліматичних умов, лісових насаджень тощо). Практично податкова домінанта ДТПН обумовлює фінансові можливості держави забезпечувати управлінські функції, насамперед, її соціальну спрямованість.

Обґрунтовано, що під smart-урбаністикою на засадничих положеннях ДТПН розуміється специфічне відгалуження традиційної урбаністики як науки про формування й розвиток «розумних міст», тобто міст де на всіх рівнях їхнього соціально-економічного розвитку цілеспрямовано проводяться заходи із визначення напрямів інформаційного життєзабезпечення з конкретизованим ухилом на активізацію домінант державотворчого патріотизму нації та активно впроваджуються з

цією метою інформаційні технології, створюючи збалансований простір smart-інфраструктури через врахування потреб й мотивів жителів та виховання законослухняних громадян. Проаналізовано та сформовано базові класифікаційні ознаки партнерських відносин стосовно smart-урбаністики на засадах ДТПН за окремими їх напрямами (традиційними чи специфічними). Запропоновано й обґрунтовано узагальнюючу специфіку функціонування партнерських відносин у цій системі smart-урбаністики на засадах ДТПН, що дозволяє оптимізувати прийняття управлінських рішень.

Ключові слова: *smart-урбаністика, державотворчий патріотизм нації, партнерство, партнерські відносини, проєкт, ризик, податки, управління, інформаційні технології, розвиток міст.*

Summary. *The article highlights the essential features of the formation of partnership relations at the current stage of socio-economic development and their effectiveness in various types of activities. In particular, it is stated that partnership relations are a form of mutually beneficial, voluntary and long-term business relations of interested equal parties with a focus on a certain productive effect.*

The general principles of the formation of «smart cities» and their advantages through partnership relations in the development of the territory are considered, in particular, on the example of consideration of smart cities from the SmartEnCity project. Concrete attention to the risks of their operation: technological, economic, social, socio-technical. Specific areas of local cooperation with partners are outlined, namely: local authorities, developers, experts, specialists, business, various social groups, and the public. As a matter of fact, such cities will receive a real benefit from the definition and implementation of the obtained results and the formation of partnership relations, conditioning their adaptability and flexibility for maximum return in the development system of smart-urbanism.

For the first time, the possibilities of partnership in the activation of state-creative patriotism of nation (SCPN) in smart urbanism are detailed and highlighted, since due to the effective stimulation of attention to it, an additional effect is obtained in increasing tax revenues to the state treasury and the program goals of sustainable development are ensured (in particular, in terms of preserving clean air, drinking water, climatic conditions, forest plantations, etc.). Practically, the tax dominance SCPN of the State Tax Administration determines the financial capabilities of the state to provide management functions, primarily, its social focus.

It is substantiated that smart-urbanism, based on the fundamental principles of SCPN, is understood as a specific branch of traditional urbanism as the science of the formation and development of «smart cities», i.e. cities where at all levels of their socio-economic development, measures are purposefully carried out to determine the directions of informational life support with a specified leaning towards the activation of the dominant state- creative patriotism of nation, and information technologies are being actively implemented for this purpose, creating a balanced space of smart infrastructure by taking into account the needs and motives of residents and educating law-abiding citizens. The basic classification features of partnership relations in relation to smart urbanism on the basis of SCPN were analyzed and formed according to their individual directions (traditional or specific). The generalized specificity of the functioning of partnership relations in this system of smart-urbanism on the basis of SCPN, which allows optimizing management decision-making, is proposed and substantiated.

Key words: *smart-urbanism, state-creative patriotism of nation, partnership, partnership relations, project, risk, taxes, management, information technologies, urban development.*

Постановка проблеми. Увага різного виду організаційних структур та окремих людей бізнесового середовища все частіше прикута до потреби взаємодії з іншими господарюючими суб'єктами через налагодження партнерства, а з ним й ефективних партнерських відносин. Означена потреба виникає ще й тому, що ідеологічно сучасне товарне виробництво, згідно з стандартами ISO 9000, орієнтується не лише на виробництво товару, а й на організацію його повного життєвого циклу. Водночас, реалізувати всі етапи такого циклу можливостями однієї організації, а тим більше окремого підприємця, практично неможливо. Саме це стає передумовою для налагодження дієвих партнерських відносин на різних управлінських рівнях.

Загалом термін «партнер» асоціюється з такими поняттями як чесність, порядність, відповідальність. Тобто ці концентровані якості вкладаються в основу формування партнерських відносин у будь-якій сфері діяльності, зокрема, в багатоаспектній системі сучасної урбаністики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці формування партнерських відносин у різних сферах діяльності присвячено низку наукових досліджень й практичних розробок [1–38]. Зокрема, Магомедова А. М., Ус М. І., Чухрай Н. І., Криворучко Я. Ю. окреслили форми і напрями цих відносин між суб'єктами господарювання й бізнес-партнерами у сфері виробництва [12; 18; 20]; Літітанскас І. Ю. розглянуто вже методи вибору потенційних партнерів [11]; Терещенко О. Л.

виділено їх значення для розвитку малого та середнього підприємництва в Україні [17]; Устенко М. О. окреслено їх специфіку прояву на прикладі діяльності транспортно-логістичного центру [19]. Однак, безпосередніх праць щодо місця й особливостей формування партнерських відносин в smart-урбаністиці та їх впливу на податкові надходження не виявлено, що й стало передумовою для проведення даного дослідження.

Мета статті: визначення як сутності, так і особливостей формування партнерських відносин у системі smart-урбаністики із врахуванням парадигми державотворчого патріотизму нації.

Виклад основного матеріалу. ***Особливості формування партнерських відносин.*** Партнерські відносини мають багатоаспектне звучання, оскільки можуть бути як на рівні окремих осіб, так і при реалізації крупних проєктів, зокрема: між містами-побратимами всередині держави та зовні; підприємствами; освітніми закладами; районами. Так, в Україні на основі партнерства виконувались великі проєкти: побудова міста Славутича, як міста замінника Чорнобиля після катастрофи на атомній станції, а нині ці питання актуалізуються та проходять стадію обговорень для відбудови міст й містечок біля Києва, руйнівно потерпілих від військового повномасштабного вторгнення держави-анексора. Можна стверджувати, що *партнерські відносини* — це форма взаємовигідних, добровільних та довготривалих ділових стосунків зацікавлених рівноправних сторін з орієнтацією на певний результативний ефект (підписантів, які їх офіційно узаконили відповідними документами). Партнерські відносини не обов'язково мають матеріальну основу навіть у ринковому просторі, оскільки це може бути обмін аматорськими художніми колективами чи проведення спортивних зустрічей між командами сформованими із працівників за видами діяльності. Синтезуючим для учасників стає: за таких відносин проходить максимізація їх результативної цінності через кристалізацію міжпартнерської довіри й підтримки.

Зазначимо, що відповідно до американського Закону про партнерство 1890 року, ділове товариство — це «відносини, які існують між особами, які ведуть спільний бізнес з метою отримання прибутку». Практично означене підкреслює, що мінімум дві «особи» (фізичні чи юридичні) повинні вести спільний бізнес, щоб така форма відповідала вимогам ділового партнерства [22; 36–37].

Загалом партнерство володіє низкою позитивних якостей з огляду його цілеспрямованого застосування у виробничій структурі, серед них:

- стійкіший фінансовий стан, оскільки наявна можливість концентрації фінансових ресурсів, забезпечуючи тим й нарощування доступу до коштів інвесторів;
- ширші мозкові зусилля — діалогова ефективність в обговоренні питань діяльності з залученням досвіду й зв'язків один одного;
- нові технологічні й управлінські погляди, оскільки наявна можливість дивитись на ведення бізнесу під іншим кутом зору, вибираючи оптимальний шлях прийняття управлінського рішення;
- об'ємніша ділова мережа через розширення власних й використання партнерських ділових контактів та зв'язків;
- економія податків, оскільки наявні оптимізаційні варіанти з сплатою податку на прибуток.

Однак з позитивом такого партнерства, можливі й певні негативні наслідки, а саме:

- вищий рівень відповідальності — всі партнери поділяють збитки, борги та ризики, а також несуть повну відповідальність за фінансові зобов'язання бізнесу, що може призводити до відчутної втрати особистих ресурсів;
- компромісність прийнятих рішень та можлива втрата власного контролю за ними;
- конфліктність поглядів у прийнятті рішень та їх тривалість, оскільки вони приймається декількома особами;
- проблемність у продажу бізнесу при непоступливості партнера;
- невизначеність ситуації з розвитком бізнесу при різкій зміні власників у партнера.

Виходячи з означеного при постановці й розгляді питання партнерства мають враховуватись всі аспекти, щоб уникати пізніших непорозумінь та втрати позитивного ефекту від такої форми сучасних відносин.

Важлива роль у партнерстві відводиться стратегічним аспектам, так званому стратегічному партнерству [23].

Стратегічне партнерство виникає на засадах об'єднання зусиль партнерів для додавання цінності фірмі, розширення пізнаваності (Co-branding) й ширшого охоплення споживачів своїм брендом, маючи на меті отримання взаємної вигоди та довгострокових прибутків. Серед переваг стратегічного партнерства експерти виділяють:

- забезпечення доступу до нової аудиторії і клієнтів з їх сумуванням та використання об'єднуючого маркетингу (реклами);
- дієвий вихід на нові ринки через мережу й бренд партнера;
- додану цінність для клієнтів, що повертаються через лояльних клієнтів. Властиво ці клієнти

стають безкоштовними рекламодавцями, надаючи позитивні відгуки іншим та характеризуючи позитивно фірму, яка дбає за своїх споживачів;
– зростає пізнаваність бренду через розширення кола впливових осіб та організацій, що додатково стимулює увагу до продукту фірми;
– активізується довіра до бренду, оскільки люди бачать реальну співпрацю, яка забезпечує партнерам прибуток та й внутрішньо самі стараються допомагати й підтримувати таку фірму за якою йде успіх.

Окремими прикладами успішного стратегічного партнерства може бути тривала співпраця Spotify і Google, McDonald's і Coca-Cola, Sherwin-Williams і Pottery Barn, Spotify і Uber, Ford і Eddie Bauer.

Зокрема, стратегічне партнерство між Sherwin-Williams і Pottery Barn дозволяє клієнтам, які шукають проєкти із покращення дому, через веб-сайт Pottery Barn (фірма, яка займається виробництвом меблів) погодити кольори фарби Sherwin-Williams із доступними предметами меблів Pottery Barn. Водночас стратегічне партнерство між Spotify і Uber акцентує увагу, щоб надати пасажирам Uber можливість слухати якісну музику у кожній поїздці за допомогою Spotify. Виробник автомобілів Ford співпрацює з гігантом одягу Eddie Bauer, щоб створити унікальні можливості для пасажирів, оскільки оснащення автомобілів фірми Ford елементами преміум-класу Eddie Bauer (шкіряні сидіння) та виготовлення аксесуарів Eddie Bauer (багаж) з логотипом Ford дозволяє розширити коло клієнтів, отримуючи взаємну довготривалу вигоду від такого партнерства.

Зазначимо, що і бізнес платформ соціальних медіа, котрий є одним з найбільш прибуткових у світі через доходи від цифрової реклами, відчутно залежить від результативності партнерства. Так, у 2020 році Facebook і Twitter отримали 84,2 млрд. дол. США та 3,2 млрд. дол. США доходу від реклами відповідно, що становить 97,9% та 86,3% від загального доходу. Реклама стала основним джерелом доходу для платформ соціальних медіа. Окрім того, реклама перетворилася на досить складну та взаємопов'язану глобальну екосистему, що включає широкий спектр технологій і практик, керованих автоматизованими системами та додатками даних й аналітики. Загалом поточний глобальний ринок цифрової реклами включає тисячі взаємопов'язаних платформ і оцінюється в 333 млрд. дол. США, на яких програмна реклама забезпечує переважну більшість (84,5% або більше) загального доходу [25; 30; 38].

При цьому, серцевиною екосистеми (програмної) реклами стають інструменти програмного забезпечення для бізнесу, включаючи інтерфейси прикладного програмування (application programming interfaces — APIs) і комплекти розробки програмного забезпечення (software development kits — SDKs). Властиво, що вони відчутно полегшують роботу з розробки та інтеграції програмного забезпечення, яка необхідна для активізації програмної реклами у великих масштабах. Практичний доступ до означених бізнес-програмних інструментів зазвичай регулюється через відповідні партнерські програми. Саме платформи соціальних медіа залучають партнерів і формують (стратегічні) ділові партнерства через партнерські програми, а вже вони залучають рекламодавців, ділових партнерів, видавців ЗМІ та творців контенту. Зазначимо, що гравцям галузі дійсно потрібні ці партнерства з соціальними медіа, щоб отримати привілейований програмний доступ до інструментів реклами в соціальних мережах, продуктів і послуг, а також їхньої величезної аудиторії даних, за допомогою цих програмних інструментів для бізнесу. Зокрема, багато з цих бізнес-партнерів є великими фірмами, які працюють на різних ринках і галузях по всьому світу та мають власні програмні засоби, продукти, послуги та партнерські мережі. Facebook вважає своїх інтегрованих партнерів «продовженням себе» [26], оскільки вони допомагають платформі швидко розвиватися та інтегрувати дані й функціональні можливості Facebook в інші системи програмного забезпечення, ринки та суспільні домени, завдяки чому охоплення та сфера дії платформи розширюються. Саме завдячуючи відлагодженому партнерству й бізнес-програмним інструментам, які підтримують диверсифіковані «екосистеми послуг на основі даних», стало можливим соціальним медіа стати настільки прибутковими [21; 25].

Специфіка формування партнерських відносин в smart-урбаністиці. Зазначимо, що урбанізація у процесному вигляді, тобто специфіка сучасного формування й розвитку міст, залежить як від наявності централізованої інфраструктури, бізнес-виробничого й трудового потенціалів, так і налагоджених партнерських взаємовідносин на різних управлінських рівнях. Особливо це відчутно за функціонування та впровадження концепційної ідеології розумних (smart) міст, яка набирає все більше прихильників й партнерів на різних континентах планети Земля [9; 13; 16; 24; 27–28; 31–35].

У якості прикладу в системі формування партнерських елементів smart-урбаністики розглянемо

управлінські дії трьох міст — Вікторія-Гастейс, Тарту, Сендерборг, які було вибрано у різних державах (Іспанія, Естонія, Данія) та котрі зазначені в Грантовій угоді проєкту SmartEnCity (SEC) щодо реалізації концепції Smart Zero CO_2 [35, с. 30–35]. Дана низьковуглецева концепція полягає в трансформації міст у стійке, розумне та ресурсоефективне міське європейське середовище за допомогою заходів спрямованих на підвищення енергоефективності споживання у базових секторах, нарощування постачання їм відновлювальної енергії та розумного й свідомого управління цими ресурсами через громадян, державних і приватних зацікавлених партнерів.

За період реалізації проєкту (2016–2021 роки) та активного використання інтелектуальних технологій у цих містах було підвищено енергоефективність будівель через проведення комплексної реконструкції, яка знизила попит на енергетичні ресурси за рахунок їх раціонального витрачання. Зокрема, економія ресурсів електричних і теплових мереж проходить шляхом встановлення (Вікторія-Гастейс), або оновлення (Тарту та Сендерборг) мережі централізованого опалення та охолодження. Окрім того, через модернізацію будівель забезпечено створення низько енергетичних районів із спільною стратегією, яка спрямована на зниження енергоємності будівельного фонду, скорочення викидів та врахування як технологічних проблем (контроль, відновлення й використання залишкової енергії), так і фінансових й соціальних перешкод.

Серед ефективних інноваційних підходів виділяються: збільшення частки використання відновлювальної енергії для опалення; методи розумного освітлення (світлодіоди та розумні контролери); сучасні рішення для сталої мобільності (електромобілі, біогазові автобуси, зарядні станції, спільне використання велосипедів та автомобілів).

Особливе місце у цьому проєкті, в контексті партнерства, цілеспрямовано відведено створенню основи для впровадження соціальних інновацій та активізації залучення зацікавлених сторін через інформацію громадськості й мешканців. Так, на першому етапі розглядається властиво модель Smart Zero CO_2 із наданням аудиторії відповідних даних щодо наявних знань та практичного досвіду із десятків ініціатив формування розумного міста в Європейському Союзі. Розглядаються та оцінюються можливі ризики, критичні фактори із пропонуванням прийняття управлінських рішень, які виникали в інших проєктах, що дозволятиме їх уникати у ході реалізації вже означеного низьковуглецевого проєкту. Серед загальних ризиків, які необхідно враховувати, можливо виділити [35, с. 23]:

- технологічні — недостатній технологічний розвиток, висока вразливість системи через недостатність безпеки захисту особистої інформації, потреба в суцільній комп'ютеризації;
- економічні — здійсненність розробки нової чи модернізація наявної технології за ринкових бар'єрів (потреба у попередньому залученні інвестицій, заключення довгострокових контрактів тощо);
- екологічні — неконтрольовані викиди вуглецю, цифрове засмічування, відчуження віртуального стилю життя від реального простору функціонування екологічної свідомості;
- соціальні — втрата робочих місць при заміні їх технологічними рішеннями чи частковими ноухау, нові непередбачувані очікування потреби зміни навичок та їх потенційного використання, енергетичної залежності від дії зовнішнього середовища, приватизація та обмеження можливостей отримання громадських послуг;
- соціально-технічні — обмеженість у сприйнятті громадкістю самої моделі низьковуглецевого розвитку, не реалістичність очікувань, недостатня доступність та й якість отримуваних послуг.

Разом з тим, визначаються конкретні напрями місцевої співпраці з партнерами, а саме: місцевою владою, розробниками, експертами, фахівцями, бізнесом, різними соціальними групами, громадськістю. Зокрема, партнерство з фахівцями через консультування дозволяє розкрити проблемні питання ринку будівництва та реконструкції, тобто, що є можливим, здійсненним або ні, або занадто дорогим у впровадженні. Визначаються й прогалини в знаннях і навичках, які мають можливість змінитися через проведення спеціалізованих тренінгів та обмін знань. Паралельно формується навчальна програма для кінцевих користувачів. Лише після проведення зустрічей й обговорення перспективних дій, консультацій із партнерами та формування стійких відносин переходять до реалізації безпосередньо проєкту.

Доцільно наголосити, що поряд з запропонованими рішеннями визначаються й очевидні прорахунки в наявній сфері проєктування з ідентифікацією потенційних загроз. Дані матеріали також доступні для широкого загалу, включно з міжнародною спільнотою, знижуючи тим характерні ризики в аналогічного плану низьковуглецевих проєктах та напрямках задіяння партнерських відносин для їх реалізації у системі формування smart-урбаністики.

Партнерство у розглядуваному проєкті [35] проявляється ще й через те, що з метою максимізації потенціалу реплікації залучаються два міста-послідовники: Асеновград у Болгарії та Лечче в Італії. Ці міста отримають реальну вигоду від розвитку й впровадження отриманих результатів та формування партнерських відносин, обумовлюючи їх адаптивність і гнучкість для максимальної віддачі в системі розвитку smart-урбаністики.

Формування й розвиток smart-урбаністики на засадах державотворчого патріотизму нації. Дещо концепційно відмінний підхід пропонується авторами цього дослідження, який враховує мотиви та переваги формування й розвитку партнерських відносин у системі smart-урбаністики вже на засадах державотворчого патріотизму нації (ДТПН).

Загалом, ***державотворчий патріотизм нації*** — це все, що народ загалом та кожен громадянин зокрема роблять в інтересах творення незалежної, суверенної, цивілізованої держави [5, с. 30–35, 450; 8].

За своєю природою ДТПН і в контексті smart-урбаністики можливо оцінювати на основі використання двох підходів: ***якісного*** та ***кількісного***.

Якісний підхід знайшов широке поширення через простоту свого відображення та й того, що лише поговорити (без матеріальних наслідків) про державу й патріотизм всі готові.

Водночас, кількісний підхід раніше в проблематиці smart-урбаністики не розглядався, оскільки не було запропоновано зрозумілих й переконливих кількісних критеріїв такого оцінювання державотворчості, та й науковці (практики) зупинялись більше на якісних параметрах.

Властиво, із наукових досліджень випливає висновок, що *податки є кількісним вимірником фактичного державотворчого патріотизму нації щодо конкретизації реальної участі (нинішніх та майбутніх) платників податків у забезпеченні фінансової складової життєзабезпечення й розвитку держави* [5, с. 33; 4].

Можна стверджувати, що: якщо в міських жителів за активізації партнерських відносин у системі формування smart-урбаністики зростає інтегральний рівень ДТПН то це адекватно відбивається у його податковій домінанті. Фактично податкова домінанта ДТПН обумовлює фінансові можливості держави забезпечувати управлінські функції, насамперед, її соціальну спрямованість на теперішньому етапі розвитку. Через дієву стимуляцію уваги до партнерства у smart-урбаністиці отримується додатковий ефект у нарощуванні податкових надходжень в казну держави та забезпечуються й програмні цілі сталого розвитку (зокрема, в частині збереження чистого повітря, питної води, кліматичних умов, лісових насаджень тощо) [1–3; 6–8; 17; 20; 27–29; 31–35].

Наголосимо, що взаємини між організаційними структурами загалом чи підприємцями зокрема, які оформлені відповідними договірними відносинами, характеризують рівень партнерства. Мотивом, який спонукає їх звертати увагу на таку форму зв'язків є потреба в отриманні віддачі, а такі взаємовідносини, при вірній постановці, її забезпечують. Вибір форми партнерських відносин залежить від специфічних особливостей даного бізнесу, коли одна організаційна структура чи окремий з бізнесменів-партнерів пропонує встановити партнерство. Загалом, базові класифікаційні ознаки партнерських відносин стосовно smart-урбаністики на засадах ДТПН за окремими їх напрямами (традиційними чи специфічними) наведено в табл. 1.

Зазначимо, що партнерські відносини у системі smart-урбаністики на засадах ДТПН не мають статичного характеру, оскільки вони динамічні. А звідси їх потрібно цілеспрямовано вибудовувати, стабільно підтримувати комунікаційні зв'язки, враховувати мотивні інтереси різних сторін. За основу у їх формуванні береться принцип: рівноправність й незалежність сторін при прийнятті управлінських рішень, забезпечуючи тим взаємну партнерську довіру та зняття конфліктних ситуації ще на початкових етапах (не заводячи їх в стадію загострення та комунікаційної кризи). Конструктивний діалог у партнерських відносинах у системі smart-урбаністики на засадах ДТПН унеможливлює конфлікт інтересів, забезпечує ефективну комунікацію, тобто безпосередньо проходить через обмін наявною інформацією та врахування запитів партнера. Практично, щоб досягти довготривалих партнерських відносин у виробничій сфері необхідно постійно вивчати потреби споживача, застосовувати індивідуальні психологічні підходи, оскільки означенні відносини мають формуватись на взаємній довірі, співробітництві та постійному контакті із споживачами продукту.

Так, коли вибудовується лінія взаємодії громадянського суспільства із партнерами у системі smart-урбаністики, то їм необхідно чітко донести інформацію про свої пріоритетні цілі, цінності, позицію та що вони очікують від співпраці. Оскільки, неузгодженість вихідних положень призводитиме до обмеженості та й кризи у дієвості таких відносин, а значить не реалізації певних

Таблиця 1

Класифікаційні ознаки партнерських відносин у smart-урбаністиці на засадах державотворчого патріотизму нації

Сфера та види партнерських відносин	Характерні ознаки
ТРАДИЦІЙНІ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ	
Партнерські відносини в сфері виробництва	
Виробнича кооперація	проведення замкнутого виробничого циклу готового до виробництва продукту, де кожний з партнерів виконує свою частину робіт відповідно до договору, виходячи з базових положень smart-урбаністики на засадах ДТПН
Проектне фінансування	партнерство, при якому один з партнерів фінансує підприємницький проєкт, який стосується програмних завдань smart-урбаністики на засадах ДТПН, а інший його реалізує. Кредит повертається за рахунок продажу виготовленої продукції, тобто після реалізації такого бізнес-проєкту
Управління за контрактом	передача одним підприємцем іншому «ноу-хау» управлінського характеру щодо завдань smart-урбаністики на засадах ДТПН; практично це є експортом управлінських послуг в системі smart-урбаністики
Підрядне виробництво	здійснення цільового виробництва продукту, виходячи з мотивних принципів smart-урбаністики на засадах ДТПН, одним з партнерів за прямою вказівкою іншого
Спільне підприємництво	функціонування організаційного утворення в системі дії smart-урбаністики на засадах ДТПН, статутний фонд якого формується за рахунок пайових внесків партнерів
Партнерські відносини в сфері товарообміну	
Бартерні операції	обмін між партнерами в натуральній формі у системі дії smart-урбаністики на засадах ДТПН, згідно з попередньо узгодженою номенклатурою товарів
Зустрічна поставка	різновид бартеру: партнери визначають який товар має бути поставлений в системі дії smart-урбаністики на засадах ДТПН, а конкретний асортимент визначається згодом і оформляється у вигляді додатку до угоди
Комерційна тріангуляція	бартерна операція в системі smart-урбаністики на засадах ДТПН, до якої залучається більше двох партнерів
Партнерські відносини в сфері торгівлі	
Звичайна угода	загальновизнана універсальна угода про купівлю-продаж, за якою партнерські взаємини оформляються у вигляді договору поставки певного товару чи послуги за певний період, виходячи з базових положень smart-урбаністики на засадах ДТПН
Форвардні угоди	документально оформлені договірні взаємовідносини, що потребують термінової практичної реалізації в системі smart-урбаністики на засадах ДТПН
Угоди про передачу інформації у вигляді «ноу-хау»	реалізуються обов'язково за певну матеріальну нагороду, умови і розміри якої визначаються цією угодою та які спрямовані на виконання завдань smart-урбаністики на засадах ДТПН
Угоди про встановлення прямих зв'язків	партнерські зв'язки суб'єктів господарювання, що базуються на безпосередній співпраці бізнес-структур у конкретній сфері діяльності, виходячи з пріоритетів smart-урбаністики на засадах ДТПН
Угоди про експорт	договірні відносини в системі smart-урбаністики на засадах ДТПН, спрямовані на поставку продукції конкретним споживачам та до інших країн
Угода про реекспорт	купівля певного товару за кордоном, відповідно до базових принципів smart-урбаністики на засадах ДТПН з метою наступної його поставки у треті країни
Угода про імпорт	договір про завезення товару, виходячи з пріоритетів smart-урбаністики на засадах ДТПН, з іншої країни
Партнерські відносини в фінансовій сфері	
Факторинг (фінансування під відступ права грошової вимоги)	договір, за якого одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти, що стосуються завдань smart-урбаністики, в розпорядження другої сторони (клієнта) за плату, а клієнт відступає або зобов'язується відступити факторові своє право грошової вимоги до третьої особи (боржника)
Комерційний трансферт	застосовується в системі міжбанківських зв'язків й міждержавних відносин щодо smart-урбаністики. Він означає взаємне придбання партнерами капіталу в національній валюті у визначених розмірах за договірною ціною з наступним її зарахуванням на рахунок покупця в національному банку країни-продавця

Продовження табл. 1

СПЕЦИФІЧНІ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ	
Партнерство за домовленням чи передачею прав	
Партнерський договір	поняттєвий документ, який фіксує та дозволяє нагадати про початкову домовленість у системі smart-урбаністики. Тут партнерський договір не володіє юридичною силою. За своєю сутністю ця скоріш поняттєва угода, тобто угода, в якій чітко узгоджуються поняття. Вона починається з написання добре відпрацьованої програми дій (карти) зацікавлених сторін. Це особливо важливо для найскладнішого типу партнерства 50/50, оскільки в такому партнерстві є значні ризики непорозумінь й конфліктів. Окрім того, партнерська угода буде не менш важливою для продуктивних взаємовідносин, коли частки партнерів суттєво нерівнозначні.
Договір приєднання	договір в системі smart-урбаністики, умови якого визначені однією із сторін у формулярах або інших стандартних формах і могли бути прийняті іншою стороною не інакше як шляхом приєднання до запропонованого договору загалом
Оферта	адресована одній або кільком конкретним особам пропозиція, яка досить виразно висловлює намір особи в системі smart-урбаністики, яка зробила пропозицію, укласти відповідний договір. Якщо оферта адресована невизначеному числу осіб, то вона називається публічною офертою
Агентські відносини	встановлюються в системі smart-урбаністики, коли одна особа — довіритель — передає конкретні права іншій особі — агенту. Агент в цьому випадку, згідно з укладеним між ними контрактом, зобов'язаний діяти в інтересах цього довірителя в обмін на визначену ним винагороду
Надкооперaційні виробничі зв'язки	
Субконтрактація	сучасна форма виробничої кооперації, що передбачає довгострокові партнерські взаємовідносини у системі smart-урбаністики між підприємствами різних форм бізнесу на основі договору підряду з метою: підвищення ефективності виробничого процесу, мінімізації витрат, задоволення попиту споживачів якісною продукцією в умовах трансформації ринку з використанням інформаційно-комунікаційних технологій
Співпраця, як елемент партнерських відносин	
органів влади й місцевого самоврядування з організаціями громадянського суспільства	є безпосередньою характерною рисою демократичного суспільства, у якому його потреби лежать в основі державної політики щодо smart-урбаністики на засадах ДТПН. Водночас, «третій сектор» сприяє підконтрольності держави суспільству, налагодженню публічного взаємозв'язку громади й органів влади на засадах відкритості, публічності й партнерства, забезпечуючи свідому взаємодію на різних управлінських рівнях щодо smart-урбаністики на засадах ДТПН
громадського сектору з бізнесом	не лише дієво сприяє активізації та розвитку його соціальної відповідальності, а й дозволяє консолідувати зусилля навколо спільних завдань щодо smart-урбаністики на засадах ДТПН (зокрема, розвиток території — окремого району, всього міста, регіону, держави загалом). Однак, реальне партнерство між цими секторами буде можливим лише тоді, коли громадські організації будуть працювати прозоро, чітко розуміючи, яких змін хочуть досягнути, і позиціонуватимуть себе не як «прохачі» (дайте нам грошей, бо ми хороші), а як рівнозначні партнери у здійсненні перетворень
громадських організацій і засобів масової комунікації (ЗМІ)	насамперед, повинна будуватися на засадах відкритості й прозорості щодо smart-урбаністики на засадах ДТПН. Все ж базовою її умовою є відсутність бізнес-складової. Властиво і громадський сектор, і ЗМІ діють у територіальних межах певної громади та задля громади, використовуючи лише дещо різні інструменти і ставлячи перед собою різні першочергові цілі. Однак при налагодженні комунікаційного діалогу обидві сторони мають розуміти, що ключова точка перетину їхніх інтересів лежить не в тому, щоб одні отримали журналістський матеріал, а інші — гроші за його розміщення, а в підвищенні рівня поінформованості суспільства про можливі шляхи вирішення актуальних питань, його активізація, розвиток, а отже — підвищення загального рівня добробуту населення
Міжсекторальне партнерство	новий досвід, нові можливості, нові рішення, новий погляд на, можливо, давно відомі речі, формування нової культури взаємозв'язків у суспільстві, виходячи з пріоритетів smart-урбаністики на засадах ДТПН. Лише за умови налагодження конструктивної взаємодії влади, громади і бізнесу можливо говорити про соціальне партнерство в управлінні життєвим простором та виховання законовідповідальних громадян

Джерело: запропоновано та сформовано авторами за [3, с. 47–49; 4; 10; 12, с. 290; 14]

очікувань. Зокрема, серед факторів, які потрібні громадській організації для налагодження партнерських відносин у своїй діяльності виділяють:
- власна незалежність, тобто політична стійкість;
- відкритість та прозорість діяльності перед зовнішнім світом й партнерами;
- наявність пріоритетних цілей й стратегіології розвитку організації;
- наявність та оперативна здатність запропонувати власні людські ресурси для вирішення завдань;
- уміння дослухатись до інших думок та розуміння мотивів партнерів;
- дотримання принципів моральності та етики поведінки (внутрішня культура).

Узагальнюючи наведене зазначимо: під smart-урбаністикою на засадничих положеннях державотворчого патріотизму нації розуміється специфічне відгалуження традиційної урбаністики як науки про формування й розвиток «розумних міст», тобто міст де на всіх рівнях їхнього соціально-економічного розвитку цілеспрямовано проводяться заходи із визначення напрямів інформаційного життєзабезпечення з конкретизованим ухилом на активізацію домінант державотворчого патріотизму нації та активно впроваджуються з цією метою інформаційні технології, створюючи збалансований простір smart-інфраструктури через врахування потреб й мотивів жителів та виховання законослухняних громадян.

Управлінська політика міського управління через формування засад ДТПН та систему smart-урбаністики базується на дієвому поєднанні пошуку вирішення під час стратегічного та просторового планування ключових челенджів, які безпосередньо в конкретний часовий проміжок впливають на: містян; інфраструктуру; безпеку; економіку та стан навколишнього середовища; концепції партнерських відносин «громадяни — влада», орієнтованих на розвиток публічних інституцій та ефективної їхньої взаємодії з місцевими жителями.

Системно механізм для ефективного та комплексного управління міською структурою в сучасних умовах органічно складається з окремих узагальнених складових спрямованих як на формування smart-урбаністики, так і засадничі положення ДТПН (табл. 2).

Отже, в системі реалізації стратегіологічних засад міського управління з означених позицій smart-урбаністики та ДТПН пріоритетними цілями повинні бути: задоволення зростаючих потреб мешканців; передбачливе й раціональне використання різного роду ресурсів громади; виховання законослухняних громадян із свідомими мотивами; ефективне функціонування муніципалітету з його апаратом в інтересах адміністративно-територіального розвитку, виходячи з узгоджених програмних засад й положень сталого розвитку.

Узагальнюючу специфіку функціонування партнерських відносин у системі Smart-урбаністики на засадах ДТПН наведено на рис. 1.

Окрім партнерських відносин за ієрархічною вертикаллю, у системі smart-урбаністики окремим видимим варіантом стають такі взаємозв'язки на горизонтальному рівні, коли партнерами стають власне smart-міста, які можуть узгоджувати свої організаційно-економічні та творчі зусилля за проблематикою, отримуючи від цього додаткові можливості чи дивіденди (рис. 2).

Відомо, що кожне smart-місто, окрім спільних рис пов'язаних з ДТПН, має й характерні відмінності (територіальні, демографічні, вироб-

Таблиця 2

Базові складові механізму управління містом за smart-урбаністики та формування засад державотворчого патріотизму нації у мешканців

Назва складової	Визначення
Стратегія соціально-економічного розвитку міста	метод досягнення цілей, визначених муніципалітетом, спрямованих на комплексний розвиток smart-урбаністики, тобто місцевої економічної політики з врахуванням соціальних інтересів жителів та засадничих положень ДТПН
Програма розвитку міста	програмний документ, що відображає повну характеристику міської структури з її елементами, який лежить в основі прийняття ключових управлінських рішень як для її функціонування, так і формування стратегіології розвитку та положень ДТПН
Бюджет міста	це спеціальний рахунок, через який відбувається наповнення, формування, перерозподіл та використання міського бюджету (тобто на якому акумулюються фінансові ресурси для забезпечення основних потреб мешканців міста)
Генеральний план міста	містобудівна документація, яка визначає ідейно-принципові питання щодо розвитку smart-інфраструктури, планування, забудови та іншого використання території конкретної агломераційної структури, виходячи з потреб й мотивів управління

Джерело: сформовано авторами

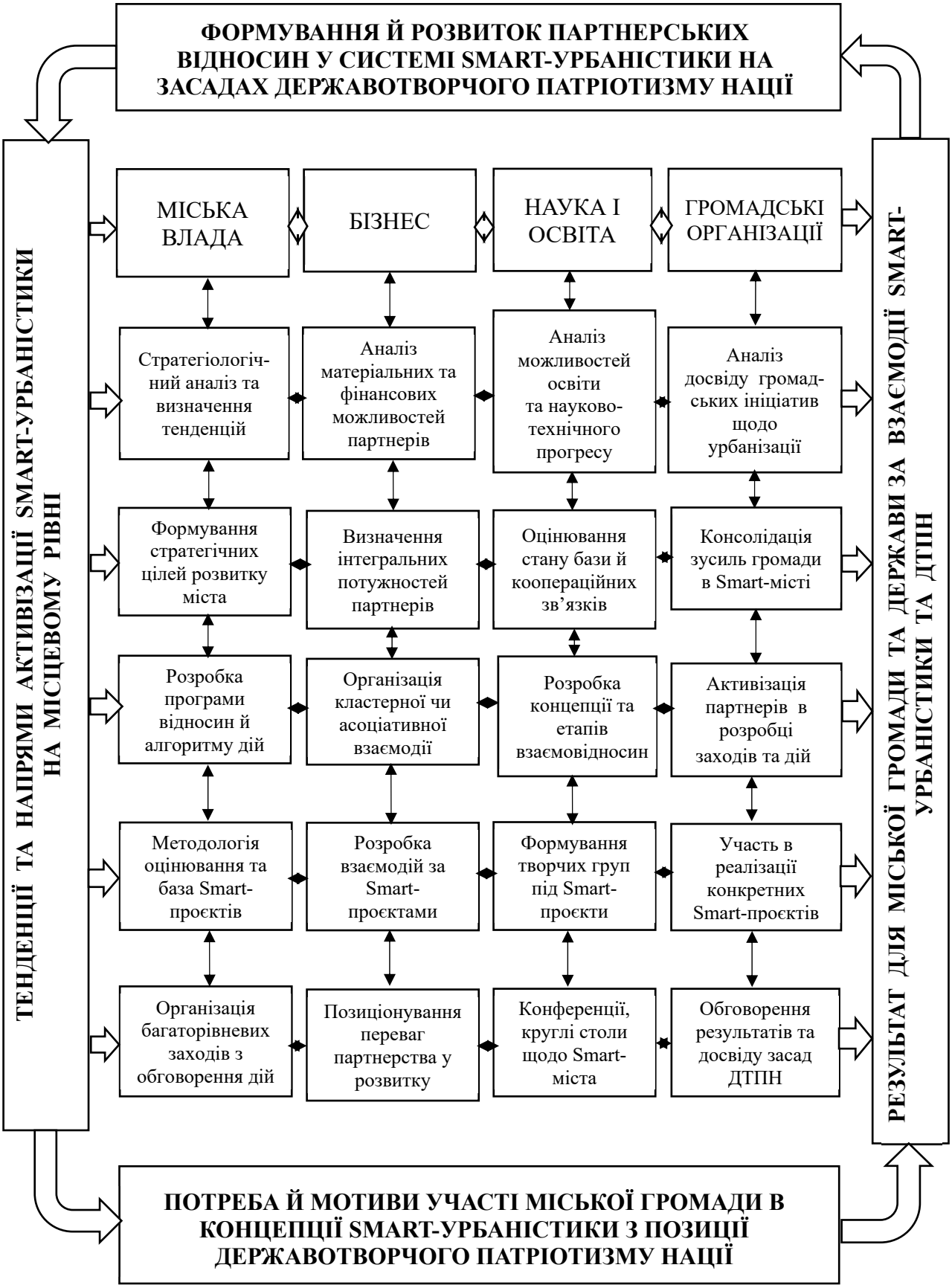


Рис. 1. Специфіка функціонування партнерських відносин у системі Smart-урбаністики на засадах державотворчого патріотизму нації

Джерело: власна розробка

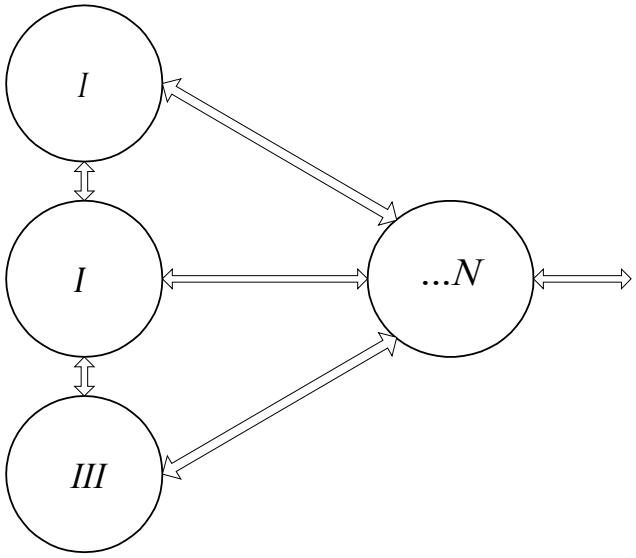


Рис. 2. Партнерські взаємозв'язки «розумних міст» у системі формування smart-урбаністики на засадах державотворчого патріотизму нації (I, II, III...N — конкретні smart-міста)

Джерело: власна розробка

ничі, фінансові, екологічні тощо). Тому цілеспрямований обмін практичним досвідом та інформацією про можливості успішних проєктів, які в них реалізуються, становить цінність для партнерів. Обмін делегаціями, творчими групами за окремою тематикою призводить до прискорення виконання робіт та й забезпечує їх якісні показники. Окрім того, наявна можливість на партнерських засадах оптимально використовувати нереалізований потенціал міста, зокрема, вільні виробничі потужності партнера для налагодження експериментально-дослідних випробувань та випуску високотехнологічної продукції, готовити кадри з специфічних напрямків, що дозволяє економно підходити до їх витратної частини. Окремий аспект посилення партнерських відносин відбувається за рахунок взаємо доповнення один одного при виконанні значимих проєктів вже на грантових принципах. В Україні багаторівневі партнерські відносини між такими містами стали ще більш необхідними, насиченими й вагомими під час нинішнього повномасштабного військового вторгнення держави-анексора, даючи їм можливість на партнерських засадах вчасно отримувати різнобічну підтримку й допомогу.

Висновки. Партнерські відносини стають характерною рисою взаємодії між господарюючими суб'єктами, забезпечуючи їм нарощування прибутковості через інструментарій довіри. Практика доводить, що така форма партнерства дієво себе показує і в урбанізаційному процесі, зокрема в системі smart-урбаністики. Оскільки система управління такими містами повинна орієнтуватись на досягнення результуючих цілей управління, в контексті задоволення потреб мешканців та підтримання якісного функціонування міського середовища, то при цьому доцільно активізувати й положення державотворчого патріотизму нації, зокрема, її податкової домінанти. Взаємодія ідеології smart-міста та парадигми ДТПН формує сучасний економічний розвиток з позиції виховання і законослухняних громадян. Виходячи з цього, міським муніципалітетам важливо здійснювати активний пошук й залучення ресурсів з адекватним розвитком управлінських навичок виконавчих служб та здійсненням заходів з підвищення інвестиційного клімату та їхньої інвестиційної привабливості, зокрема, через підтримку сфери інформаційних технологій, яка й формує основу smart-урбаністики.

Загалом, активізація розвитку науково-технічного прогресу неминуче впливатиме на економічне становлення сучасних міст, а вже їх активне формування за задіювання парадигми державотворчого патріотизму нації, означитиме динамічний розвиток й держави, на що і спрямована їх стратегіологія розвитку. Однак, для успішного впровадження концепції smart-урбаністики діяльність інституцій держави й органів місцевого самоврядування повинна бути скерована на програмність і конкретизацію застосування інформаційних (інтелектуальних) технологій в контексті налагодження й забезпечення якісного та комфортного життя у міському просторі.

Література

1. Буряк П. Ю., Карпінський Б. А., Залуцька Н. С. Податковий контроль в Україні: В 2-х т. Т. І. Попередній контроль: монографія. Львів: Простір-М, 2007. 400 с. (Серія «Фінансові стратегії»).

2. Буряк П. Ю., Карпінський Б. А., Залуцька Н. С., Осідач О. Б. Податковий контроль в Україні: В 2-х т. Т. ІІ. Контрольно-перевірочний процес: монографія. Львів: Простір-М, 2007. 420 с. (Серія «Фінансові стратегії»).

3. Економіка підприємства: Підручник / За ред. С. Ф. Покропивного. 3-тє вид. К.: КНЕУ, 2001. 528 с.

4. Інноваційні форми партнерства в бізнесі. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи. ІІ Міжнародна науково-практична конференція (22.04.2021. Київ). URL: http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/ 231814

5. Карпінський Б. А. Державотворчий патріотизм нації: податкова домінанта інвестиційного зростання. Монографія. Львів: Колір ПРО, 2018. 480 с. (Серія «Держава і стратегіологія»).

6. Карпінський Б. А., Божко С. М. Продуктивність і сталий розвиток економіки. Монографія. Львів: Логос, 2004. 274 с. (Серія «Економіка території»).

7. Карпінський Б. А., Божко С. М. Сталий розвиток економіки: узагальнена модель. Монографія. Львів: Логос, 2005. 256 с. (Серія «Економіка території»).

8. Карпінський Б. А., Карпінська О. Б. Аксіоматика та ознаки генезису життя й державотворення та їх соціоекономічне забезпечення. Бізнес Інформ. 2020. № 9. С. 6–19.

9. Концепція Київ Смарт Сіті 2020. URL: https://www.kyivsmartcity.com/concept

10. Лієв О. Як не посваритися бізнес-партнерам? 5 пунктів Партнерської угоди в Індустрії Гостинності. URL: https://aigu.org.ua/news/yak-ne-posvaritis-biznes-partneram-5-punktiv-partnersko%D1%97-ugodi-v-industri%D1%97-gostinnosti/

11. Літітанскас І. Ю. Методи дослідження існуючих та потенційних партнерів підприємства. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2014. № 2. С. 194–200. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2014_2_30

12. Магомедова А. М. Форми партнерських відносин між суб'єктами господарювання у сфері виробництва. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2011. Випуск 26. С. 288–295. URL: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2011_26/zb26_37.pdf

13. Мужанова Т. М. «Розумне місто» як інноваційна модель управління. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2017. № 2 (20). С. 116–122.

14. Нікітіна І. Партнерські відносини важливо формалізувати. 2019. URL: https://biz.ligazakon.net/interview/183356_rina-nktna-partnersk-vdnosini-vazhlivo-formalzuvati

15. Партнерство та співпраця як невід'ємна складова діяльності ОГС. URL: http://cd-platform.org/library/statti/1782-partnerstvo-ta-spivpratsia-iak-nevid-iemna-skladova-diialnosti-ohs

16. Поліщук В. Г., Богун Л. В. Активізація сталого розвитку міст на основі сучасних технологій у системі Smart City. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 8. С. 776–780. URL: http://global-national.in.ua/archive/8-2015/164.pdf

17. Терещенко О. Л. Партнерські відносини в контексті розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. Ефективна економіка. 2018. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6346

18. Ус М. І. Сучасні напрямки формування партнерських відносин. Бізнес Інформ. 2011. № 8. С. 181–183. URL: http://www.business-inform.net/export_ pdf/business-inform-2011-8_0-pages-181_183.pdf

19. Устенко М. О. Формування теоретичних основ партнерських відносин за участю діяльності транспортно-логістичного центру. Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. 2015. Випуск 11. Частина 4. С. 74–77. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_11/143.pdf

20. Чухрай Н. І., Криворучко Я. Ю. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами: монографія. Львів: Растр-7, 2008. 360 с.

21. Alaimo C., Kallinikos J., Valderrama E. Platforms as service ecosystems: Lessons from social media. Journal of Information Technology. 2020. 35(1). P. 25–48.

22. Blakely S. How to Form a Business Partnership: 3 Types of Partnerships. 2022. URL: https://www.masterclass.com/articles/business-partnership-guide

23. Blakley C. 5 Reasons Your Business Should Have Strategic Partnerships. 2022. URL: https://www.business.com/articles/connor-blakley-strategic-partnerships/

24. Carol L. Stimmel. Building Smart Cities: Analytics, ICT and Design Thinking. CRC Press, 2015. 323 p.

25. Cramer-Flood E. Global digital ad spending update Q2. eMarketer. 2020. URL: www.emarketer.com/content/global-digital-ad-spending-update-q2–2020

26. Dance G., LaForgia M., Confessore N. As Facebook raised a privacy wall, it carved an opening for tech giants. The New York Times, 18 December 2018. URL: www.nytimes.com/2018/12/18/technology/facebook-privacy.html

27. European Smart Cities 4.0. 2015. URL: http://www.smart-cities.eu

28. Greenfield A. Against the Smart City. 2013. URL: http://www.academia.edu/6732875/Emerging_Markets_and_8Digital_Economy_Building_Trust_in_the_Virtual_World_032

29. Karpinsky B. A., Bozshko S. M. Economic Growth at sustainable development of economy. The monografy. Lviv: Prostir-M, 2006. 376 p. (Series «Economy of Territories»).

30. Perrin N. US programmatic display spending will grow in spite of recession. Insider Intelligence, 24 August 2020. URL: www.emarketer.com/content/us-programmatic-display-spending-will-grow-spite-of-recession

31. Smart cities and infrastructure. Economic and Social Council. United Nations. 2016. URL: http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ecn162016d2_ en.pdf

32. Smart Cities USA. URL: https://smartamerica.org/teams/smart-cities-usa

33. Smart City Challenge. URL: https://www.transportation.gov/policy-initiatives/smartcity/smart-city-challenge-lessons-building-cities-future

34. Smart Nation Singapore: Transforming Singapore through technology. URL: https://www.smartnation.gov.sg/

35. SmartEnCity. GA No. 691883. 56 p. URL: https://smartencity.eu/media/smartencity_d8.2_replication_toolkit_.pdf

36. The different types of business partnerships explained. URL: https://www.1stformations.co.uk/blog/the-different-types-of-business-partnerships-explained/

37. Types of Business Partnerships: Everything You Need to Know. URL: https:// www.upcounsel.com/types-of-business-partnerships

38. Vlist F., & Helmond A. How partners mediate platform power: Mapping business and data partnerships in the social media ecosystem. SAGE Journals. 2021. doi: https://doi.org/10.1177/20539517211025061

References

1. Buryak P. Yu., Karpins′kyy B. A., & Zaluts′ka N. S. (2007). Podatkovyy kontrol′ v Ukrayini: V 2-kh t. T. I. Poperedniy kontrol′ [Tax control in Ukraine: In 2 volumes. Vol. I. Preliminary control]. L′viv: Prostir-M. 400 p. (Seriya "Finansovi stratehiyi") [in Ukrainian].

2. Buryak P. Yu., Karpins′kyy B. A., Zaluts′ka N. S., & Osidach O. B. (2007). Podatkovyy kontrol′ v Ukrayini: V 2-kh t. T. II. Kontrol′no-perevirochnyy protses [Tax control in Ukraine: In 2 volumes. Vol. II. Control and verification process]. L′viv: Prostir-M. 420 p. (Seriya "Finansovi stratehiyi") [in Ukrainian].

3. Ekonomika pidpryjemstva: Pidruchnyk [Economics of the enterprise: Textbook] / Za red. Pokropyvnogho, S. F. 3-tje vyd. K.: KNEU, 2001. 528 s. [in Ukrainian]

4. Innovacijni formy partnerstva v biznesi. Biznes, innovaciji, menedzhment: problemy ta perspektyvy. II Mizhnarodna naukovo-praktychna konferencija [Innovative forms of partnership in business. Business, innovation, management: problems and prospects. II International Scientific and Practical Conference] (22.04.2021. Kyjiv). URL: http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/231814 [in Ukrainian]

5. Karpins′kyy B. A. (2018). Derzhavotvorchyy patriotyzm natsiyi: podatkova dominanta investytsiynoho zrostannya [State-creative patriotism of nation: tax dominant of investment growth]. L′viv: Kolir PRO. 480 p. (Seriya "Derzhava i stratehiolohiya") [in Ukrainian].

6. Karpins′kyy B. A., & Bozhko S. M. Produktyvnistj i stalyj rozvytok ekonomiky [Productivity and sustainable economic development]. Monoghrafija. L′viv: Loghos, 2004. 274 s. (Serija "Ekonomika terytoriji") [in Ukrainian]

7. Karpins′kyy B. A., & Bozhko S. M. Stalyj rozvytok ekonomiky: uzaghaljnena modelj [Sustainable economic development: a generalized model]. Monoghrafija. L′viv: Loghos, 2005. 256 s. (Serija "Ekonomika terytoriji") [in Ukrainian]

8. Karpins′kyy B. A., & Karpinsjka O. B. Aksiomatyka ta oznaky ghenezysu zhyttja j derzhavotvorennja ta jikh socio-ekonomichne zabezpechennja [Axiomatics and signs of the genesis of life and state formation and their socio-economic support]. Biznes Inform [Business Inform]. 2020. № 9. S. 6–19 [in Ukrainian]

9. Koncepcija Kyjiv Smart Siti 2020 [Kyiv Smart City 2020 concept]. URL: https://www.kyivsmartcity.com/concept [in Ukrainian]

10. Lijev O. Jak ne posvarytysja biznes-partneram? 5 punktiv Partnersjkoji ughody v Industriji Ghostynnosti [How not to quarrel with business partners? 5 points of the Partnership Agreement in the Hospitality Industry]. URL: https://aigu.org.ua/news/yak-ne-posvaritis-biznes-partneram-5-punktiv-partnersko%D1%97-ugodi-v-industri%D1%97-gostinnosti/ [in Ukrainian]

11. Lititanskas I. Ju. Metody doslidzhennja isnujuchykh ta potencijnykh partneriv pidpryjemstva [Research methods of existing and potential partners of the enterprise]. Ekonomika. Menedzhment. Biznes [Economy. Management. Business]. 2014. № 2. S. 194–200. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2014_2_30 [in Ukrainian]

12. Maghomedova A. M. Formy partnersjkykh vidnosyn mizh sub'jektamy ghospodarjuvannja u sferi vyrobnyctva [Forms of partnership between business entities in the field of production]. Teoretychni ta prykladni pytannja ekonomiky [Theoretical and applied issues of economics]. 2011. Vypusk 26. S. 288–295. URL: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2011_26/zb26_37.pdf [in Ukrainian]

13. Muzhanova T. M. "Rozumne misto" jak innovacijna modelj upravlinnja ["Smart city" as an innovative management model]. Ekonomika. Menedzhment. Biznes [Economy. Management. Business]. 2017. № 2 (20). S. 116–122 [in Ukrainian]

14. Nikitina I. Partnersjki vidnosyny vazhlyvo formalizuvaty [It is important to formalize partnership relations]. 2019. URL: https://biz.ligazakon.net/interview/183356_rina-nktna-partnersk-vdnosini-vazhlivo-formalzuvati [in Ukrainian]

15. Partnerstvo ta spivpracja jak nevid'jemna skladova dijaljnosti OGhS [Partnership and cooperation as an integral part of the activities of civil society organizations]. URL: http://cd-platform.org/library/statti/1782-partnerstvo-ta-spivpratsia-iak-nevid-iemna-skladova-diialnosti-ohs [in Ukrainian]

16. Polishhuk V. Gh., & Boghun, L. V. Aktyvizacija stalogho rozvytku mist na osnovi suchasnykh tekhnologhij u systemi Smart City [Activation of sustainable development of cities based on modern technologies in the Smart City system]. Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky [Global and national economic problems]. 2015. № 8. S. 776–780. URL: http://global-national.in.ua/archive/8-2015/164.pdf [in Ukrainian]

17. Tereshhenko O. L. Partnersjki vidnosyny v konteksti rozvytku malogho ta serednjogho pidpryjemnyctva v Ukrajini [Partnership relations in the context of the development of small and medium-sized enterprises in Ukraine]. Efektyvna ekonomika [Efficient economy]. 2018. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6346 [in Ukrainian]

18. Us M. I. Suchasni naprjamky formuvannja partnersjkykh vidnosyn [Modern trends in the formation of partnership relations]. Biznes Inform [Business Inform]. 2011. № 8. S. 181–183. URL: http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2011-8_0-pages-181_183.pdf [in Ukrainian]

19. Ustenko M. O. Formuvannja teoretychnykh osnov partnersjkykh vidnosyn za uchastju dijaljnosti transportnologhistychnogho centru [Formation of the theoretical foundations of partnership relations with the participation of the transport and logistics center]. Naukovyj visnyk Khersonsjkogho derzhavnogho universytetu. Ekonomichni nauky [Scientific Bulletin of Kherson State University. Economic sciences]. 2015. Vypusk 11. Chastyna 4. S. 74–77. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_11/143.pdf [in Ukrainian]

20. Chukhraj N. I., & Kryvoruchko, Ja. Ju. Ocinjuvannja i rozvytok vidnosyn mizh biznes-partneramy [Evaluation and development of relations between business partners]. L'viv: Rastr-7, 2008. 360 s. [in Ukrainian]

21. Alaimo C., Kallinikos, J., & Valderrama, E. (2020). Platforms as service ecosystems: Lessons from social media. Journal of Information Technology. 35(1). P. 25–48.

22. Blakely S. (2022). How to Form a Business Partnership: 3 Types of Partnerships. URL: https://www.masterclass.com/articles/business-partnership-guide

23. Blakley C. (2022). 5 Reasons Your Business Should Have Strategic Partnerships. URL: https://www.business.com/articles/connor-blakley-strategic-partnerships/

24. Carol L. Stimmel (2015). Building Smart Cities: Analytics, ICT and Design Thinking. CRC Press, 323 p.

25. Cramer-Flood E. (2020). Global digital ad spending update Q2. eMarketer. URL: www.emarketer.com/content/global-digital-ad-spending-update-q2-2020

26. Dance G., LaForgia M., & Confessore N. (2018). As Facebook raised a privacy wall, it carved an opening for tech giants. The New York Times, 18 December. URL: www.nytimes.com/2018/12/18/technology/facebook-privacy.html

27. European Smart Cities 4.0 (2015). URL: http://www.smart-cities.eu

28. Greenfield A. Against the Smart City. 2013. URL: http://www.academia.edu/6732875/Emerging_Markets_and_8Digital_Economy_Building_Trust_in_the_Virtual_World_032

29. Karpinsky B. A., & Bozshko, S. M. Economic Growth at sustainable development of economy. The monografy. Lviv: Prostir-M, 2006. 376 p. (Series "Economy of Territories").

30. Perrin N. (2020). US programmatic display spending will grow in spite of recession. Insider Intelligence, 24 August. URL: www.emarketer.com/content/us-programmatic-display-spending-will-grow-spite-of-recession

31. Smart cities and infrastructure. Economic and Social Council. United Nations. 2016. URL: http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ecn162016d2_ en.pdf

32. Smart Cities USA. URL: https://smartamerica.org/teams/smart-cities-usa

33. Smart City Challenge. URL: https://www.transportation.gov/policy-initiatives/ smartcity/smart-city-challenge-lessons-building-cities-future

34. Smart Nation Singapore: Transforming Singapore through technology. URL: https://www.smartnation.gov.sg/

35. SmartEnCity. GA No. 691883. 56 p. URL: https://smartencity.eu/media/ smartencity_d8.2_replication_toolkit_.pdf

36. The different types of business partnerships explained. URL: https://www.1stformations.co.uk/blog/the-different-types-of-business-partnerships-explained/

37. Types of Business Partnerships: Everything You Need to Know. URL: https:// www.upcounsel.com/types-of-business-partnerships

38. Vlist F., & Helmond A. (2021). How partners mediate platform power: Mapping business and data partnerships in the social media ecosystem. SAGE Journals. doi: https://doi.org/10.1177/20539517211025061

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

УДК 657

Бездушна Юлія Сергіївна
доктор економічних наук, завідувач відділу обліку і оподаткування
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»
Бездушная Юлия Сергеевна
доктор экономических наук, заведующий отделом учета и налогообложения
Национальный научный центр «Институт аграрной экономики»
Bezdushna Yuliia
Doctor of Economics, Head of the Accounting and Taxation Department
National Scientific Center «Institute of Agrarian Economy»

Білозор Людмила Василівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування
Київський кооперативний інститут бізнесу і права
Белозор Людмила Васильевна
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры учета и налогообложения
Киевский кооперативный институт бизнеса и права
Bilozor Liudmyla
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation
Kyiv Cooperative Institute of Business and Law

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8168

ГЕНЕЗА НАУКОВОЇ ДУМКИ ПРО БАГАТСТВО НАРОДІВ ТА МІСЦЕ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В НІЙ

ГЕНЕЗА НАУЧНОЙ МЫСЛИ О БОГАТСТВЕ НАРОДОВ И МЕСТО БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В НЕЙ

THE GENESIS OF THE SCIENTIFIC OPINION ON THE WEALTH OF NATIONS AND THE PLACE OF ACCOUNTING IN IT

Анотація. *Вступ. Національне багатство – це сукупність природничого, людського, соціально-економічного, інтелектуального й інших видів потенціалу країни, що відображається в національних рахунках з формуванням відповідних макроекономічних показників. Вивчення природи і вимірювання національного багатства є важливим предметом економічної науки. Розуміння поняття багатства з позицій економіки змінювалось залежно від соціального та економічного розвитку суспільства, зростання його благополуччя та зміни цінностей. Значна кількість досліджень стосуються складу національного багатства, його оцінки та відображення в системі національних рахунків. Однак не дивлячись на те, що категорія багатства в великій мірі вивчена науковцями класиками та сучасниками, питання бухгалтерського обліку цього об'єкту майже не піднімається. У зв'язку з цим, в бухгалтерському обліку, що є головним джерелом інформації для національних рахунків, ці складові відображені обмежено (нерухомість, культивовані активи, нематеріальні активи), або не відображені взагалі (житлові будівлі, земля, права на природні ресурси). Тому, з позиції облікової науки, постає необхідність формування теоретичних засад бухгалтерського обліку багатства.*

Мета. Метою дослідження є представлення короткого огляду історичного розвитку концептуальних підходів до розуміння сутності багатства, подання визначення цієї категорії з точки зору різних авторів, проведення дослідження її економічної природи та з'ясування на цій основі теоретичних засад бухгалтерського обліку багатства.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є праці вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадять свої науково-практичні дослідження сутності багатства, питань створення (формування), розподілу, обміну та споживання багатства. Методологічну основу здійснення дослідження складає системний підхід з використанням загальнонаукового діалектичного методу: дедукції й абстрактно-логічного – для осмислення сутності багатства як економічної категорії; аналізу й синтезу – для критичного розгляду тлумачень учених щодо відображення національного багатства в системі обліку; логічного узагальнення результатів – для формулювання висновків.

Результати. У науковій статті розглянуто економічну сутність категорії «багатство». Подано визначення цієї категорії з точки зору різних авторів – як вітчизняних, так і зарубіжних, проведено дослідження її економічної природи. Наведено основні характеристики, що визначають особливості застосування категорії «багатство», виходячи безпосередньо із практичної площини. Запропоновано авторське трактування досліджуваної категорії та сформовано теоретичні засади бухгалтерського обліку багатства.

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях варто зосередити увагу на визначенні головних підходів до побудови методології обліку багатства; окресленні проблем неузгодженості в методології грошового виміру багатства в бухгалтерському обліку та системі національних рахунків. Це забезпечить подальший розвиток теорії бухгалтерського обліку, зокрема в обґрунтуванні місії інституту бухгалтерського обліку у представленні національного багатства в умовах сталого розвитку.

Ключові слова: *багатство, капітал, ресурси, гроші, активи, капіталізація, бухгалтерський облік.*

Аннотация. *Введение. Национальное богатство – это совокупность природного, человеческого, социально-экономического, интеллектуального и других видов потенциала страны, что отражается в национальных счетах с формированием соответствующих макроэкономических показателей. Изучение природы и измерение национального богатства является важным предметом экономической науки. Понимание богатства с позиции экономики изменялось в зависимости от социального и экономического развития общества, роста его благополучия и изменения ценностей. Значительное количество исследований касается состава национального богатства, его оценок и отражения в системе национальных счетов. Однако несмотря на то, что категория богатства в большой степени изучена учеными классиками и современниками, вопрос бухгалтерского учета этого объекта почти не поднимается. В связи с этим, в бухгалтерском учете, являющемся главным источником информации для национальных счетов, эти составляющие отражены ограниченно (недвижимость, культивируемые активы, нематериальные активы), или не отражены вообще (жилая недвижимость, земля, права на природные ресурсы). Поэтому, с позиции учетной науки, возникает необходимость формирования теоретических основ бухгалтерского учета богатства.*

Цель. Целью исследования является представление краткого обзора исторического развития концептуальных подходов к пониманию сущности богатства, определение этой категории с точки зрения разных авторов, исследование ее экономической природы, формирование теоретических основ бухгалтерского учета богатства.

Материалы и способы. Материалами исследования являются труды отечественных и зарубежных авторов, которые проводят свои научно-практические исследования сущности богатства, создания (формирования), распределения, обмена и потребления богатства. Методологическую основу исследования составляет системный подход с использованием общенаучного диалектического метода: дедукции и абстрактно-логического – для осмысления сущности богатства как экономической категории; анализа и синтеза – для критического рассмотрения толкований ученых по отражению национального богатства в системе учета; логического обобщения результатов – для формулирования выводов.

Результаты. В научной статье рассмотрена экономическая сущность категории «богатство». Представлено определение этой категории с точки зрения разных авторов – как отечественных, так и зарубежных, исследовано ее экономическую природу. Приведены основные характеристики, определяющие особенности применения категории «богатство», исходя непосредственно из практической плоскости. Представлено авторское трактование изучаемой категории, экономической сущности и сформированы теоретические основы бухгалтерского учета богатства.

Перспективы. В дальнейших научных исследованиях предлагается сосредоточиться на определении главных подходов к построению методологии учета богатства; унификации подходов денежного измерения богатства в бухгалтерском учете и системе национальных счетов. Это позволит реализовать миссию института бухгалтерского учета по представлению национального богатства в условиях устойчивого развития.

Ключевые слова: *богатство, капитал, ресурсы, деньги, активы, капитализация, учет.*

Summary. *Introduction. National wealth is a combination of natural, human, socio-economic, intellectual and other types of potential of the country, which is reflected in national accounts with the formation of relevant macroeconomic indicators. The study of nature and measurement of national wealth is an important subject of economic science. The understanding of the concept of wealth from the point of view of the economy changed depending on the social and economic development of society, the*

growth of its well-being and changes in values. A significant number of studies relate to the composition of national wealth, its evaluation and reflection in the system of national accounts. However, despite the fact that the category of wealth has been studied to a great extent by classical and contemporary scientists, the issue of accounting for this object is hardly raised. In this regard, in accounting, which is the main source of information for national accounts, these components are reflected to a limited extent (real estate, cultivated assets, intangible assets), or not reflected at all (residential buildings, land, rights to natural resources). Therefore, from the standpoint of accounting science, there is a need to form the theoretical foundations of wealth accounting.

Purpose. The purpose of the study is to present a brief overview of conceptual approaches to understanding the essence of wealth, to present the definition of this category from the point of view of various authors – both domestic and foreign, to conduct a study of its economic nature, to clarify the theoretical foundations of wealth accounting.

Materials and methods. The materials of the research are the works of domestic and foreign authors who conduct their scientific and practical research into the essence of wealth, issues of creation (formation), distribution, exchange and consumption of wealth. The methodological basis of the research is a systematic approach using the general scientific dialectical method: deduction and abstract-logical – to understand the essence of wealth as an economic category; analysis and synthesis – for a critical review of scientists' interpretations of the reflection of national wealth in the accounting system; logical generalization of results – for formulating conclusions.

Results. The scientific article examines the economic essence of the category «wealth». The definition of this category from the point of view of various authors – both domestic and foreign – is given, and a study of its economic nature is carried out. The main characteristics that determine the peculiarities of the application of the «wealth» category are given, proceeding directly from the practical plane. The actual interpretation of the researched category, the economic essence, and the theoretical foundations of wealth accounting are formed.

Discussion. In further scientific research, it is proposed to focus attention on defining the main approaches to the construction of wealth accounting methodology; outlining the problems of inconsistency in the methodology of monetary measurement of wealth in accounting and the system of national accounts. This will make it possible to fulfill the mission of the accounting institute in representing the national wealth in terms of sustainable development.

Key words: *wealth, capital, resources, money, assets, capitalization, accounting.*

Постановка проблеми. Національне багатство — це сукупність природничого, людського, соціально-економічного, інтелектуального й інших видів потенціалу країни, що відображається в національних рахунках з формуванням відповідних макроекономічних показників. Вивчення природи і вимірювання національного багатства є важливим предметом економічної науки. Розуміння поняття багатства з позицій економіки змінювалось залежно від соціального та економічного розвитку суспільства, зростання його благополуччя та зміни цінностей. Значна кількість досліджень стосуються складу національного багатства, його оцінкам та відображенню в системі національних рахунків. Однак не дивлячись на те, що категорія багатства в великій мірі вивчена науковцями класиками та сучасниками, питання бухгалтерського обліку цього об'єкту майже не піднімається. У зв'язку з цим, в бухгалтерському обліку, що є головним джерелом інформації для національних рахунків ці складові відображені обмежено (нерухомість, культивовані активи, нематеріальні активи), або не відображені взагалі (житлові будівлі, земля, права на природні ресурси). Тому, цікавим з наукової точки зору є історичний огляд розвитку економічної думки щодо категорії багатства народів та виявлення періоду появи уваги до цієї категорії саме з позиції облікової науки. Постає необхідність формування на цій основі і теоретичних засад бухгалтерського обліку багатства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Першооснова вчень про багатство і капітал як економічні категорії закладена у працях Дж. М. Кейнса [1], А. Сміта [2], Д. Рікардо [3], К. Маркса [4], Ф. Кене [5].

Обліково-інформаційне забезпечення суб'єктів підприємництва, національних рахунків, сталого розвитку, що можна взяти за основу розвиваючи наукові постулати теорії багатства народів з позиції бухгалтерського обліку, знаходимо в працях В. Жука [6], В. Краєвського [7]. В продовження розвитку економічної думки про багатство народів, необхідним є вивчення генезису її формування для узагальнення його складових національного багатства, їх вимірювання та відображення на макроекономічних рахунках країни.

Метою статті є представлення короткого огляду історичного розвитку концептуальних підходів до розуміння сутності багатства, подання визначення цієї категорії з точки зору різних авторів, проведення дослідження її економічної природи та з'ясування на цій основі теоретичних засад бухгалтерського обліку багатства.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є праці вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадили свої науково-практичні дослідження сутності багатства, питань створення (формування), розподілу, обміну та споживання багатства. Методологічну основу здійснення дослідження складає системний підхід з використанням загальнонаукового діалектичного методу: дедукції й абстрактно-логічного — для осмислення сутності багатства як економічної категорії; аналізу й синтезу — для критичного розгляду тлумачень учених щодо відображення національного багатства в системі обліку; логічного узагальнення результатів — для формулювання висновків.

Виклад основного матеріалу. Багато економічних істин про багатство окремих народів стали відомі людям ще в глибоку давнину. Видатні грецькі філософи Ксенофонт (430–355р.р. до н.е.), Платон (427–347р.р. до н.е.), Аристотель (384–322р.р. до н.е.) вже по праву можуть вважатися першими вченими-економістами, які піднімали ці питання у своїх трактатах. У аристотелівському підході економіка розглядалася як сукупність деяких універсальних правил ведення господарства, слідуючи яким можна досягти примноження багатства [8]. Аристотель поділяє «мистецтво набувати багатство» на два напрями. Мета першого — задоволення потреб. Мета другого — накопичення грошей. Науку, що займається натуральним багатством, він називає «економією» (від грецьких слів «ойкос» — господарство і «номос» — закон), а яка розглядає грошове багатство — «хрематистикою» (від грецького слова «хрема» — володіння, становище) [9].

У середньовічній Європі на ідеї Аристотеля у трактуванні багатства опирався і Фома Аквінський (1225–1274 рр.), який здійснив розподіл багатства на природне і штучне, утвердив негативне ставлення до господарювання заради грошей, твердження, що гроші не можуть породжувати гроші.

Протягом трьох століть по тому (1450–1750 рр.) формується концепція меркантилізму, прихильники якої вперше на теоретичному рівні заявили про те, що збагачення похвально (Ж. Воден (1530–1596), А. де Монкретьєн (1575–1621), Ж. Б. Кольбер (1619–1683), Т. Мен (1571–1641), У. Петті (1623–1687), А. Серра (1550–1615) та інші). Більше того, вони спробували аргументувати тезу, що примноження багатства має бути головною турботою, як індивідів, так і держави. Ототожнюючи багатство з грошима, вони побудували свою доктрину на тій ідеї, що розмір національного багатства визначається кількістю готівкового золота і срібла, що велич і могутність держави визначається лише кількістю грошей. Економічна доктрина меркантилізму, базується на ідеї, що золото і срібло є головними формами багатства як для окремих людей, так і для всієї держави. Меркантилістські ідеї почали втрачати популярність у 18 ст. у міру того, як все більше виразною ставала залежність росту національного багатства від розвитку виробництва [9].

З 17 ст. на заміну меркантилістам стала переважати ліберальна економічна думка, яка відшуковувала багатство не в обміні, а в самому виробництві, що саме розвиток виробництва — основа господарського добробуту нації. На відміну від меркантилістів на думку раннього представника цієї економічної течії В. Петті багатство утворюють не тільки дорогоцінні метали і камені, включаючи гроші, а й землі країни, будинки, кораблі, товари і навіть домашня обстановка. Для збільшення багатства країни В. Петті вважав, що замість покарання тюремним ув'язненням необхідно ввести грошові штрафи, а «неспроможних злодіїв» віддавати «в рабство» заставляти працювати. Це на противагу меркантилістам означало-що багатство створюється насамперед працею і її результатами, тобто заперечувалася «особлива» роль грошей у господарському житті [10].

Природничу основу формування багатства нації вклали в його розуміння фізіократи на чолі з Ф. Кене. За їх вченням багатство полягає як у грошах, так і в корисній для життя продукції, і воно може зростати лише в сільському господарстві. Багатство нації приростає в тому випадку, якщо існує і постійно відтворюється різниця між продукцією, яка виробляється в сільському господарстві, та продукцією, яка була використана для виробництва цієї продукції протягом року, тобто так звана земельна рента в натуральній формі.

У розвиток фізіократичних ідей у 18 ст. сформувалась класична політична економія, родоначальником якої можна назвати шотландського економіста А. Сміта. У своїй найвідомішій праці «Багатство народів» у 1776 році він з високою деталізацією описав природу багатства, систематизував різні аспекти функціонування ринків, грошової економіки, факторів виробництва і зовнішньої торгівлі. Джерело багатства, за Смітом, не обіг, а виробництво. На відміну від фізіократів, А. Сміт вважає, що цінність створюється в будь-якій галузі матеріального виробництва, а не тільки в сільському господарстві. Сміт розрізняє в товарі два аспекти: мінову цінність і споживчу цінність. Він відкидає спробу вивести першу

з другої: співвідношення мінової цінності алмаза і води не знаходиться ні в якої відповідності із співвідношенням їх споживчої цінності [9].

А. Сміт вперше сформулював ідею про те, що економічна діяльність окремих індивідів, що діють винятково заради власного зиску, в підсумку призводить до багатства і добробуту всього суспільства. На його думку, на вільному ринку кожен керується власними інтересами, але врешті система досягає рівноваги, від якої виграють усі. Сміт увів метафоричне поняття «невидимої руки ринку» — непідконтрольної сили, яка забезпечує гармонію в ринкових відносинах, а також першим порушив питання про розподіл праці та її продуктивність. Причиною багатства окремого народу автор вважає розповсюдження поділу праці. Отже, на відміну від фізіократів, які вважали продуктивність властивістю тільки землі та природи, саме працю Сміт вважає тим, що забезпечує добробут народу, оскільки забезпечення товарами та послугами стало кращим, проте, якість землі та клімат не змінилися протягом часу [2].

Сучасні дослідження природи багатства, його структури та складових представлені в основному зарубіжними працями, в основному американських та європейських дослідників [11; 12; 13; 14]. Дослідження, як правило, полягають у пошуку відповідей на два питання. По-перше, які компоненти та чинники сприяють національному багатству? Оскільки на продуктивність економіки впливає портфель активів, це призводило до другого питання: як краще керувати та підтримувати цей портфель для сприяння сталому економічному розвитку?

Так, В. Г. Амавіла у дослідженні «Національне багатство обраних країн: описовий нарис» [11] підтверджує що проблема оцінки та визнання національного багатства є невирішеною навіть у розвинутих країнах. Автор зазначає, що зростання національного багатства залежить від прав нації на багатство, які регулюються національними (дедалі більш міжнародними) законами та нормами, станом та темпом зростання знань про створення багатства, і перш за все, значних співвідношень капіталу та праці. Капітал зростає за рахунок інвестицій; інвестиції керуються прагненням до винагороди, яка забезпечить майбутнє [11].

В ряді американських досліджень [11] вчені одностайні в наступному. Дані ринкової оцінки багатства наразі є обмеженими та не забезпечують належний аналіз невикористовуваної вартості багатства. Безумовно, постійно робиться значний прогрес у напрямку оцінки неринкової вартості. Незважаючи на це, заниження багатства в країнах, що розвиваються, триває, оскільки бухгалтери прагнуть побачити в цих країнах подібну цінність для подібних речей, і наразі не бачать ніякої цінності в речах (активах), яких вони не знають як оцінити і відобразити на рахунках, хоча ці активи надають значну користь своїм власникам.

Зусилля з метою кращого вимірювання ВВП спонукають до пошуку показників «справжнього» багатства. У цьому відношенні дослідження Світового банку є значним практичним кроком у правильному напрямку. Але з теоретичної точки зору будь-яка міра багатства, яка не відображає його корисності, швидше за все, є недостатньою для управління; тобто теорія Кейнса досі актуальна: люди не бажають багатства заради багатства, вони бажають того задоволення, яке доставляє їм багатство. Однак спроби розробити метод оцінки та обліку, що відображає корисність багатства, можуть бути в кінцевому рахунку занадто дорогими для того, щоб розробити міжособистісне порівняння задоволеності несумісне з теорією корисності. Наприклад, країна Болівія в 2003 році принаймні на 4000 доларів багатша, ніж у 1994 році, навіть після врахування приросту населення. Однак, звертаючись до такої країни з великим боргом, як Замбія, виходить, що її багатство було профінансовано за рахунок дорогих запозичень. Таким чином, хоча багатство зростає, його вартість (корисність) або, принаймні, його гранична корисність залишається низькою [15].

Процес, за допомогою якого країни об'єднують та використовують свої активи для приросту багатства є складним. Вимір за класифікаціями національних багатств країн в глобальному аспекті відноситься до прерогативи Світового банку. У книзі «Оцінка національного багатства: методологія та результати» [16], що видана у Департаменті охорони навколишнього середовища Світового банку багатство оцінюють за трьома компонентами: природний капітал, вироблені активи, людські активи (табл. 1).

Безумовно, людські ресурси та природний капітал є головним фактором, що сприяє цьому процесу. Національна статистична методологія відносить до вартості національного капіталу: житлові, нежитлові будівлі та споруди, землю та права на природні ресурси, машини та обладнання, культивовані та нематеріальні активи. Як видно з таблиці 1, ані природний капітал в повній мірі не представлений у національному багатстві України, ані людський. При цьому визнання і оцінка людського капіталу як складової національного багатства — досить поширена практика у розвинених країнах.

Так, за методологією Світового банку [16] людський капітал обчислюється як залишок валового національного продукту, який можна вважати віддачею праці в сільському та несільськогосподарському секторах, беручи теперішню вартість цього потоку за середні продуктивні роки населення, а потім віднімаючи запас вироблених активів та міських земель. До цієї складової входить повернення до соціального капіталу.

Природний капітал обчислюється як сума запасу наступних відновлюваних та невідновлюваних ресурсів: сільськогосподарських земель, пасовищ, деревини, нелісових та лісових вигод, заповідних територій, нафти, вугілля, природного газу, металів та мінералів.

Сума вартості запасів машин і обладнання, споруд та міської землі в країні складає суму вироблених активів у складі національного багатства.

Глобальна філософія оцінки та узагальнення елементів національного багатства, покладена в основу оцінок Світового банку досить повно розкрита у працях А. Кунте, К. Гамільтона, Дж. Діксона, М. Клеменса. Оцінка багатства, зазначають автори, дає можливість приймати важливі політичні рішення. По-перше, сільськогосподарські культури та пасовища є дуже важливою складовою природного капіталу в усіх групах доходу, з відносною часткою 50% і більше. Очевидно, для вироблення державної політики є надзвичайно важливим розуміти засади раціонального управління земельними ресурсами. Нестабільна практика вирощування може зіпсувати саму систему сільськогосподарського виробництва та підтримуючі її екосистеми, зменшуючи можливості для майбутніх поколінь. Це особливо стосується країн із низьким рівнем доходу, де відносна частка сільськогосподарських посівів та пасовищ сягає 84% від загального багатства.

По-друге, загалом у портфелі домінують повернення людських ресурсів до освіти, сировини та соціального капіталу. Багатство нації полягає переважно в її людях та поєднанні індивідуальних та інституційних відносин, які автори назвали соціальним капіталом. Побудова можливостей людей за допомогою освіти та охорони здоров'я може покращити людські ресурси нації та допомогти у реалізації стійкого шляху розвитку. Нам потрібно дізнатись більше про побудову соціального капіталу; як мінімум, ми повинні бути обережними, щоб не знищити його через неефективну державну політику.

По-третє, для країн, багатих на запаси корисних копалин, слід наголосити на важливості інвестування, а не споживання, віддачі від

Таблиця 1

Елементи національного багатства, що узагальнюються за різними інституційними рівнями

Інституція, відповідальна за вимір та узагальнення інформації про багатство	**Компоненти національного багатства**
Світовий банк *(глобальний рівень)*	• Природний капітал • Вироблені активи • Людський капітал
Державна служба статистки *(державний рівень)*	**Основний капітал у СНР:** • житлові будівлі • нежитлові будівлі та споруди (з урахуванням витрат на поліпшення матеріальних невироблених активів, включаючи землю, та витрат, пов'язаних із передачею прав власності на невироблені активи); • машини й обладнання; • культивовані активи (довгострокові біологічні активи тваринництва і рослинництва); • нематеріальні основні засоби: витрати на розвідування корисних копалин; засоби програмного забезпечення; інші [17].
Суб'єкти господарювання *(корпоративний рівень)*	**Необоротні активи** • Нематеріальні активи • Основні засоби • Довгострокові біологічні активи • Інші необоротні активи **Оборотні активи** • Запаси • Поточні біологічні активи • Гроші та їх еквіваленти • Інші оборотні активи

Джерело: узагальнено авторами на основі [16; 17]

видобутку нафти, корисних копалин, вугілля, газу та інших вичерпних ресурсів. Проведений авторами аналіз свідчить про необхідність більш цілісного планування та обґрунтування підходу, який робить належний акцент на всіх різних компонентах багатства. Хоча інвестиції та підтримка інфраструктури важливі, це також однаково стосується сільськогосподарських угідь або людей. Економіки країн мають у своєму розпорядженні початкові надбання природних ресурсів, необробленої праці та соціального капіталу. Цей початковий фонд, разом із інвестиціями у вироблені активи та людський капітал, є основою процесу розвитку. Стійкість цього процесу вирішальним чином залежить від раціонального управління, оцінки та обліку [16, с. 17].

За оцінками іноземних авторів, що є зокрема фахівцями Світового банку [16], в країнах з низьким рівнем економіки рівень оцінки природних компонентів багатства значно нижчий і представлений лише сільськогосподарськими угіддями. З цим погоджуються і вітчизняні економісти. О. М. Бородіна зазначає, що хоча економічна оцінка природних ресурсів і визначає національне багатство та впливає на статус країн у системі світової економіки, нині розвинутими вважають ті з них, багатство яких меншою мірою залежить від природних ресурсів, і більшою — від якості соціальних інституцій, створеного капіталу (вироблених активів), а також людського капіталу. Фахівці Світового банку встановили, що зі зростанням доходу частка природного капіталу в загальному багатстві зменшується, тоді як нематеріальний капітал збільшується. У країнах з низькими доходами частка природного капіталу в національному багатстві становить 26%, середніми — 13%, високими — 2%. Частку природного капіталу в світовому багатстві оцінюють у 4%, інтелектуального — 78%, відтворюваних активів — 18% [18].

Автор справедливо відзначає, що багаті країни є багатими завдяки наявному людському та інтелектуальному капіталу, а також якості інституцій, що підтримують господарську діяльність. В умовах переходу економіки України на ринкові засади економічна оцінка природних ресурсів необхідна для забезпечення рівних конкурентних умов господарювання, обґрунтування нормативів використання природних ресурсів з урахуванням їх відновлювальних можливостей; розроблення механізмів економічного стимулювання збереження природних ресурсів, заходів з їх охорони, визначення екологічних збитків у процесі господарської діяльності [18].

У дослідженні Ф. Коена, К. Гамільтона, К. Хепберна, Ф. Сперлінга, А. Тейтелбойма автори визнають, що природний капітал руйнується через проблеми у трьох сферах: вимірювання (оцінка), бухгалтерський облік; та економіка використання. Хоча ми маємо дедалі якісніші дані, наша здатність використовувати їх для розуміння складних природних систем залишається обмеженою. Зусилля з метою удосконалення методології оцінки природних ресурсів та прийняття рішень державою та бізнесом тривають, але вони також обмежені. Нарешті, емпіричні основи економіки замінюваності залишаються слабкими, що означає, що до будь-яких оцінок замінності природного капіталу слід ставитися з великою обережністю. Зокрема:

- ринкові ціни на різні типи природного капіталу або відсутні, або неправильні, оцінки необ'єктивні;
- дані про багато відповідних видів природного капіталу відсутні;
- оцінки замінності застосовуються лише до незначних змін. Чим більший агент (наприклад, країна), тим важче обґрунтувати припущення, що їхній вплив є незначним;
- більшість видів аналізу не враховують критичного природного капіталу та критичних моментів;
- замінність у великому (наприклад, галузевому) масштабі не означає заміщення у місцевому масштабі;
- замінність може різко змінюватися протягом різних періодів часу.

Ці занепокоєння означають, що ми стикаємось із серйозними ризиками для майбутнього процвітання, якщо нам не вдасться створити застережні режими управління, одночасно посилюючи наше розуміння природного капіталу [19, с. 15].

Без збільшення попиту на оцінку природного капіталу, пропозиція фізичних та економічних даних про природний капітал навряд чи буде стійкою. Інституції у галузі бухгалтерського обліку, фінансів, бізнесу та громадянського суспільства повинні зіграти певну роль у притягненні державних органів до відповідальності за забезпечення та якість оцінки природного капіталу для бухгалтерських цілей. Наприклад, рейтинговим агентствам було б корисно використовувати показники національного багатства — включаючи розподіл на фізичний, людський, соціальний, природний, інтелектуальний та фінансовий капітал — у формуванні рейтингу країн. Тоді самі країни мали б сильніший стимул забезпечити точність таких даних, знаючи, що вони будуть розглядатися на

міжнародному рівні і що ці дані матимуть позитивні наслідки (як це сьогодні виглядає з публікацією даних про ВВП) [19, с. 22].

Вітчизняні дослідження питань формування національного багатства досить незначні і представлені працями таких вчених як І. М. Бобух, О. О. Брагарник, В. Д. Мужайло, В. В. Травін. Як правило дослідження стосуються складу національного багатства, його оцінкам та відображенню в системі національних рахунків. Однак не дивлячись на те, що категорія багатства в великій мірі вивчена науковцями класиками та сучасниками питання бухгалтерського обліку цього об'єкту майже не піднімається. У зв'язку з цим, в бухгалтерському обліку, що є головним джерелом інформації для національних рахунків ці складові відображені обмежено (нерухомість, культивовані активи, нематеріальні активи), або не відображені взагалі (житлові будівлі, земля, права на природні ресурси).

Вперше, проблема обліку багатства досліджується в працях Ф. Кене. Метод «економічної таблиці» фізичної економії, обґрунтований ним у XVIII ст. мав за мету облікове забезпечення виміру національного багатства. Ф. Кене вперше узагальнює об'єкти обліку та контролю в землеробстві: «Першочерговими благами, якими розпоряджається держава, є люди, землі і худоба», і далі в розділі «Правила економічного управління» тієї ж статті додає до цих об'єктів ще облік витрат і доходів: «Сільське господарство виробляє два види багатства: одна частина річної продукції являє собою дохід, що належить землевласнику, а інша — покриття витрат, які здійснені в сільськогосподарському виробництві» [5].

Більшість вчених одностайно погоджуються, що теорія фізичної економії стала не тільки матір'ю економічної науки як науки про багатство, а й родоначальницею сприйняття бухгалтерського обліку як важливої складової частини економічної науки, як інформаційної системи державного управління в цілому і галузевого управління зокрема (на відміну від Л. Пачолі і його послідовників, які розглядали основну мету бухгалтерського обліку виключно з точки зору індивідуального підприємства) [20; 21].

Наступний етап формування уявлення про багатство як об'єкт бухгалтерського обліку прослідковується в працях В. Леонтьєва. Запропонований ним метод «затрати-випуск» та метод національних рахунків (XIX–XX ст.) спрямували мету бухгалтерського обліку на збільшення національного багатства.

Вперше серед сучасних дослідників розглянув національне багатство через призму бухгалтерського обліку В. М. Краєвський. Автором з-поміж іншого структуровано національне багатство за концепцією «тривимірної» вартості з використанням організаційно-праксеологічного підходу до оцінки економічних, соціальних та екологічних його складових, що дозволяє зменшити ентропію системоутворюючих констант валової доданої вартості та відстежити атрактор конвергенції формування обліково-інформаційного забезпечення різнорівневого управління [7].

Питання капіталізації окремих видів активів сільськогосподарських підприємств як фактор їх інвестиційної привабливості частково розглянуто в публікаціях, які починаючи з 2005 року формувались в рамках становлення бухгалтерського обліку як інституту. Підґрунтям виділення сучасного — «інституціонального» етапу розвитку теорії бухгалтерського обліку, який дозволяє ставити перед обліком завдання вимірювання та оцінки складових національного багатства, є ряд досліджень та розробок, що сформували такий тренд його розвитку. Серед них сформульовані основи інституціональної теорії бухгалтерського обліку [21], яка визначає бухгалтерський облік як важливий соціально-економічний інститут, що забезпечує довіру і керованість у соціально-економічному просторі, обґрунтовує зростання бухгалтерського обліку від однієї із функцій управління до вагомого і самостійного явища в економіці та суспільства. Дослідження питань інституціональної теорії бухгалтерського обліку удостоєні премії імені М. І. Туган-Барановського (за цикл праць з обліку і фінансової звітності, як інформаційної основи антикризового управління в умовах глобалізації).

Фундатор інституціональної теорії бухгалтерського обліку В. М. Жук сформулював наукову гіпотезу і дав визначення бухгалтерського обліку як інституту. Бухгалтерський облік, як зазначає автор, це Інститут, який забезпечує довіру, порозуміння і керованість у соціально-економічному середовищі за допомогою обробки та інтерпретації для користувачів інформації про факти та явища життєдіяльності організацій (підприємств) [6]. Інституціональна теорія бухгалтерського обліку розглядає бухгалтерський облік не обмеженою, «камерально-економічною» чи «нормативно-технічною» системою, а суспільним соціально-економічним інститутом, складовою якого є інститут професійних бухгалтерів. Галузевий аспект розвитку теорії представлений розробленими

у свій час галузевими стандартами бухгалтерського обліку галузеві стандарти обліку та фінансової звітності [22].

Сучасні дослідження спрямовані на розвиток інституціональних підвалин формування теорії бухгалтерського обліку та характеризуються системним розглядом процесів трансформації бухгалтерського обліку, звітності, оподаткування і аудиту для сталого розвитку аграрного сектора економіки та сільських територій, на основі сучасних економічних теорій з урахуванням посилення впливу галузевих чинників у функціонуванні глобальної економіки. У дослідженнях зазначених науковців неодноразово відмічалося, що подолання системної соціально-економічної та гуманітарної кризи та досягнення сталого розвитку країни, трансформація економічних служб аграрних підприємств потребують якісної інформаційної системи про показники та індикатори Цілей сталого розвитку та перспективи діяльності підприємств в контексті їх досягнення. Це ставить нові вимоги реалізації місії і функціональності галузевого інституту професійних бухгалтерів. Вивчення цих досліджень доводить, що розвиток теоретичних засад бухгалтерського обліку, на нашу думку, має полягати саме у вимірі і капіталізації національного багатства.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, розвиток теоретичних засад бухгалтерського обліку варто обґрунтовувати через доповнення його об'єктів, а також виокремлення макроекономічного аспекту мети, розширення функцій бухгалтерського обліку. У цьому аспекті термінологічний апарат бухгалтерського обліку потребує доповнення рядом облікових категорій, без яких неможливе розуміння суті пропонованих теоретичних узагальнень.

Макроекономічний аспект мети бухгалтерського обліку полягає в наступному. Метою бухгалтерського обліку має бути не лише надання користувачам для прийняття рішень інформації про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства, а й під забезпечення капіталізації національного багатства через формування інформаційної бази для його вимірювання в системі національних рахунків.

Трактування об'єктів бухгалтерського обліку доцільно розширити елементами національного багатства, що підлягають відображенню в системі національних рахунків та відповідають критеріям визнання в бухгалтерському обліку. Функціональність бухгалтерського обліку варто визначати Макроекономічний інструмент капіталізації національного багатства.

Потенціал суб'єкта підприємництва, на нашу думку, у площині бухгалтерського обліку варто розглядати, як сукупність ресурсів підприємства, що залежно від виду є, або не є об'єктом бухгалтерського обліку та бере участь у формуванні вартості підприємства.

Даними термінами доцільно доповнити, як понятійний апарат Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, так і Міжнародні стандарти фінансової звітності.

Отриманий приріст в теорії дозволить говорити про можливість формування комплексного обліково-інформаційного забезпечення капіталізації національного багатства загалом та потенціалу аграрного підприємництва і сільських територій зокрема.

В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на визначенні головних підходів до побудови методології обліку багатства; окресленні проблем неузгодженості в методології грошового виміру багатства в бухгалтерському обліку та системі національних рахунків. Це надасть змогу реалізувати місію інституту бухгалтерського обліку у представленні національного багатства в умовах сталого розвитку.

Література

1. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Государственное издательство иностранной литературы, 1948. 399 с.

2. Сміт А. Багатство народів. Дослідження про природу та причини добробуту націй. Київ: Наш формат, 722 с.

3. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогообложения. М., 1910. Т. 1–2.

4. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии, т. 2 Книга II: Процесс обращения капитала. Москва: Политиздат, 1974. 648 с.

5. Кенэ Ф. Физиократы. Избранные экономические произведения: [пер. с фр., англ. и нем.] / предисл. П. Н. Клюкин. [Юбилейн. изд.]. Москва: Эксмо, 2008. 1199 с.

6. Жук В. М. Розвиток теорії бухгалтерського обліку: інституціональний аспект. Монографія. К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2018. 408 с.

7. Краєвський В. М. Обліково-інформаційні системи формування національного багатства України: автореф. дис. ... наук. ступеня д.е.н.: спец. 08.00.09 — бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності). Київ: Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», 2017. 38 с.

8. Бездушна Ю. С. Вартісна концепція в посиленні фінансової безпеки підприємств: теоретичний базис. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки в умовах глобальної нестабільності», 10–12 грудня 2015 р. Кременчук: Вид-во КрНУ, 2015. С. 622–623.

9. Пармаклі Д. М. Історія економічних вчень: Навчальний посібник / Д. М. Пармаклі, С. В. Філиппова, Н. А. Добрянська. Одеса, 2018. 113 с. doi: 10.5281/zenodo.2600825.

10. Бжезинский Зб. Великая шахматная доска. М.: Международные отношения, 2000. 280 с.

11. Amavilah V. H. The national wealth of selected countries: A descriptive essay. Development and Comparative Systems, 2005, 5005007. URL: https://www.researchgate.net/publication/23742514_The_National_Wealth_of_Selected_Countries_-_A_Descriptive_Essay

12. Bijak G. A Concept of Multiple-Entity Accounting for Capital Distribution (April 1, 2003). URL: https://ssrn.com/abstract=818804; doi: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.818804

13. Borchers A., Ifft J., Kuethe T. Linking the price of agricultural land to use valuesand amenities. American Journal of Agricultural Economics. 2014. 96(5). P. 1307–1320.

14. Bruckner M., Fischer G., Tramberend S., Giljum S. Measuring telecouplings in the global land system: A review and comparative evaluation of land footprint accounting methods. Ecological Economics. 2015. Vol. 114(C). P. 11–21.

15. DataBank. The World Bank. URL: https://databank.worldbank.org

16. Kunte A., Hamilton K., Dixon J., Clemens M. Estimating national wealth: Methodology and results. Environment department paper. 1998. P. 57. URL: https://millenniumindicators.un.org/unsd/envAccounting/ceea/archive/Framework/Kunte_etal_1998.PDF

17. Обліково-аналітичне забезпечення й оподаткування розвитку суб'єктів агробізнесу та сільських територій: [колективна монографія] / за заг. Ред. Мармуль Л. О. Херсон: Айлант, 2019. 334 с.

18. Бородіна О. М. Економічна оцінка природних ресурсів. Енциклопедія сучасної України: електронна версія [веб-сайт] / гол. редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2009. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=18780 (дата звернення: 12.08.2021).

19. Cohen F., Hamilton K., Hepburn C., Sperling F., Teytelboym A. The wealth of nature: Increasing national wealth and reducing risk by measuring and managing natural capital. Institute for New Economic Thinking (INET) at the Oxford martin School, Smith School of Enterprise and the Environment (SSEE), Green Economy Coalition (GEC), 2017. URL: https://www.inet.ox.ac.uk/files/webWealthofNature.Pdf

20. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней: учеб. пособие для студ. экон. спец. вузов. М.: Аудит, 1996. 638 с.

21. Жук В. М. Основы институциональной теории бухгалтерского учета: монография. К.: Аграрная наука, 2013. 408 с.

22. Галузеві стандарти обліку та фінансової звітності: Колективна монографія / [В. М. Жук, Ю. С. Бездушна, Б. В. Мельничук та ін.]; за ред. В. М. Жука. Київ: Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», 2015. С. 57–65.

References

1. Keyns Dzh. M. (1948). Obshchaya teoriya zanyatosti, protsenta i deneg [General Theory of Employment, Interest and Money]. Moskva: Gosudarstvennoe izdatelstvo inostrannoy literatury. 399 p. [in Russian].

2. Smit A. (2018). Baghatstvo narodiv. Doslidzhennja pro pryrodu ta prychyny dobrobutu nacij [An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations]. Kyjiv: Nash format. 722 p. [in Ukrainian].

3. Rikardo D. (1910). Nachala politicheskoy ekonomii i nalogovogo oblozheniya [Principles of Political Economy and Taxation]. Moskva. T. 1–2. [in Russian].

4. Marks K. (1974). Kapital. Kritika politicheskoy ekonomii. T. 2. Kniga II: Protsess obrashcheniya kapitala [Capital: A Critique of Political Economy. Vol. II: The Process of Circulation of Capital]. Moskva: Politizdat. 648 p. [in Russian].

5. Kene F. (2008). Fiziokraty. Izbrannye ekonomicheskie proizvedeniya [Physiocrats. Selected economic works]. Moskva: Eksmo. 1199 p. [in Russian].

6. Zhuk V. M. (2018). Rozvytok teoriji bukhghaltersjkogho obliku: instytucionaljnyj aspekt: monoghrafija [Development of accounting theory: institutional aspect: monograph]. Kyiv: NNC «Instytut aghrarnoji ekonomiky». 408 p. [in Ukrainian].

7. Krajevsjkyj V. M. (2017). Oblikovo-informacijni systemy formuvannja nacionaljnogho baghatstva Ukrajiny [Accounting and information systems for the formation of the national wealth of Ukraine]. Extended abstract of doctor's thesis. Kyjiv: Nacionaljnyj naukovyj centr «Instytut aghrarnoji ekonomiky». 38 p. [in Ukrainian].

8. Bezdushna Ju. S. (2015). Vartisna koncepcija v posylenni finansovoji bezpeky pidpryjemstv: teoretychnyj bazys [The value concept in strengthening the financial security of enterprises: theoretical basis]. Materialy III Mizhnarodnoji naukovo-praktychnoji konferenciji «Aktualjni problemy ta perspektyvy rozvytku ekonomiky v umovakh ghlobaljnoji nestabiljnosti», 10–12 ghrudnja 2015 r. Kremenchuk: Vyd-vo KrNU, pp. 622–623 [in Ukrainian].

9. Parmakli D. M., S. V. Filyppova, N. A., Dobrjansjka D. M (2018). Istorija ekonomichnykh vchenj: Navchaljnyj posibnyk [History of economic teachings: Study guide]. Odesa, 113 p. doi: 10.5281/zenodo.2600825. [in Ukrainian].

10. Bzhezinskiy Zb. (2000). Velikaya shakhmatnaya doska [A large chess board]. Moskva: Mezhdunarodnye otnosheniya. 280 p. [in Russian].

11. Amavilah V. H. (2005). The national wealth of selected countries: A descriptive essay. Development and Comparative Systems, 5005007. URL: https://www.researchgate.net/publication/23742514_The_National_Wealth_of_Selected_Countries_-_A_Descriptive_Essay [in English].

12. Bijak G. A. (2003). Concept of Multiple-Entity Accounting for Capital Distribution (April 1). URL: https://ssrn.com/abstract=818804; doi: http://dx.doi.org /10.2139/ssrn.818804 [in English].

13. Borchers A., Ifft J., Kuethe T. (2014). Linking the price of agricultural land to use valuesand amenities. American Journal of Agricultural Economics, 96(5), pp. 1307–1320 [in English].

14. Bruckner M., Fischer G., Tramberend S., Giljum S. (2015). Measuring telecouplings in the global land system: A review and comparative evaluation of land footprint accounting methods. Ecological Economics, vol. 114(C), pp. 11–21 [in English].

15. DataBank. The World Bank. URL: https://databank.worldbank.org [in English].

16. Kunte A., Hamilton K., Dixon J., Clemens M. (1998). Estimating national wealth: Methodology and results. Environment department paper, P. 57. URL: https://millenniumindicators.un.org/unsd/envAccounting/ceea/archive/Framework/Kunte_etal_1998.PDF [in English].

17. Marmulj L. O., et al. (2019). Oblikovo-analitychne zabezpechennja j opodatkuvannja rozvytku sub'jektiv aghrobiznesu ta siljsjkykh terytorij: kolektyvna monoghrafija [Accounting and analytical support and taxation of the development of agribusiness entities and rural areas: collective monograph]. Kherson: Ajlant. 334 p. [in Ukrainian].

18. Borodina O. M. (2009). Ekonomichna ocinka pryrodnykh resursiv [Economic assessment of natural resources]. Encyklopedija suchasnoji Ukrajiny: elektronna versija [veb-sajt]. Kyiv: Instytut encyklopedychnykh doslidzhenj NAN Ukrajiny. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=18780 [in Ukrainian].

19. Cohen F., Hamilton K., Hepburn C., Sperling F., Teytelboym A. (2017). The wealth of nature: Increasing national wealth and reducing risk by measuring and managing natural capital. Institute for New Economic Thinking (INET) at the Oxford martin School, Smith School of Enterprise and the Environment (SSEE), Green Economy Coalition (GEC). URL: https://www.inet.ox.ac.uk/files/webWealthofNature.Pdf [in English].

20. Sokolov Ya. V. (1996). Bukhgalterskiy uchet: ot istokov do nashikh dney: ucheb. posobie dlya stud. ekon. spets. Vuzov [Accounting: from its origins to the present day: textbook for students of economic universities]. Moskva: Audit. 638 p. [in Russian].

21. Zhuk V. M. (2013). Osnovy institutsionalnoy teorii bukhgalterskogo ucheta: monografiya [Fundamentals of the institutional theory of accounting: monograph]. Kiev: Agrarnaya nauka. 408 p. [in Russian].

22. Zhuk V. M., Bezdushna Ju. S., Meljnychuk B. V., et al. (2015). Ghaluzevi standarty obliku ta finansovoji zvitnosti: Kolektyvna monoghrafija [Industry accounting and financial reporting standards: Collective monograph]. V. M. Zhuk (Ed.). Kyiv: Nacionaljnyj naukovyj centr «Instytut aghrarnoji ekonomiky», pp. 57–65 [in Ukrainian].

УДК 657

Закревська Олена Юріївна
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіко-математичних дисциплін та інформаційних технологій
Національна академія статистики обліку і аудиту
Закревская Елена Юрьевна
кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономико-математических дисциплин и информационных технологий
Национальная академия статистики учета и аудита
Zakrevska Olena
PhD in Economics, Associate Professor of the
Economics and Mathematical Disciplines and IT Department
National Academy of Statistics, Accounting and Audit
ORCID: 0000-0002-4118-389X

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8143

ВІДОБРАЖЕННЯ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ У ПРОГРАМНОМУ ПРОДУКТІ BAS

ОТРАЖЕНИЕ УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В ПРОГРАММНОМ ПРОДУКТЕ BAS

DISPLAY OF THE SIMPLIFIED TAXATION SYSTEM IN THE BAS SOFTWARE PRODUCT

Анотація*. Вступ. Запровадження ставки єдиного податку в розмірі 2% в умовах воєнного стану призвело до появи нових вимог щодо можливостей програмного забезпечення відображати вищевказані зміни, які були введені Податковим кодексом України. Сьогодні, використання суб'єктами господарювання програмних продуктів з метою відображення нарахованих податків і зборів в системі бухгалтерського обліку окреслює нові горизонти щодо їх можливостей. Трансформація можливостей програмних продуктів під мінливі вимоги сьогодення ставить на меті автоматизувати ті ділянки бухгалтерського обліку, які в першу чергу, стосуються сплати та нарахування відповідних загальнодержавних та місцевих податків і зборів. Таким програмним продуктом може бути «BAS Бухгалтерія» (далі – BAS) від розробника Business automation software.*

Мета. Метою статті є надання практичних рекомендацій з відображення спрощеної системи оподаткування у програмному продукті BAS.

Результати. В результаті проведеного дослідження можна дійти висновку, що нами було розглянуто порядок відображення спрощеної системи оподаткування у програмному продукті BAS, а саме платника єдиного податку третьої групи (2%). Вищевказаний програмний продукт дає змогу суб'єктам господарювання адаптувати належне відображення розрахунків за єдиним податком в системі бухгалтерського обліку, а отже може бути рекомендований до використання всіма платниками єдиного податку, як фізичними та юридичними особами.

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на дискусії щодо скасування спрощеної системи оподаткування, а особливо третю групу платників єдиного податку, що оподатковуються за ставкою 2%, адже така система оподаткування суттєво зменшує надходження до державного бюджету у вигляді податку на прибуток, а також податку на додану вартість, а це в свою чергу призводить до збільшення дефіциту державного бюджету країни.

Ключові слова: *єдиний податок, спрощена система оподаткування, програмний продукт, БАС.*

Аннотация. *Введение. Введение ставки единого налога в размере 2% в условиях военного положения привело к появлению новых требований по возможностям программного обеспечения отражать вышеуказанные изменения,*

введенные Налоговым кодексом Украины. Сегодня использование субъектами хозяйствования программных продуктов с целью отражения начисленных налогов и сборов в системе бухгалтерского учета определяет новые горизонты относительно их возможностей. Трансформация возможностей программных продуктов под изменяющиеся требования настоящего ставит целью автоматизировать те участки бухгалтерского учета, которые в первую очередь касаются уплаты и начисления соответствующих общегосударственных и местных налогов и сборов. Таким программным продуктом может быть BAS Бухгалтерия (далее – BAS) от разработчика Business automation software.

Цель. Целью статьи является предоставление практических рекомендаций по отображению упрощенной системы налогообложения в программном продукте BAS.

Результаты. В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что нами был рассмотрен порядок отражения упрощенной системы налогообложения в программном продукте BAS, а именно плательщика единого налога третьей группы (2%). Вышеуказанный программный продукт позволяет субъектам хозяйствования адаптировать надлежащее отражение расчетов по единому налогу в системе бухгалтерского учета, а значит, может быть рекомендован к использованию всеми плательщиками единого налога, как физическими и юридическими лицами.

Перспективы. В дальнейших научных исследованиях предлагается сосредоточить внимание на дискуссии по отмене упрощенной системы налогообложения, а особенно третью группу плательщиков единого налога, облагаемых налогом по ставке 2%, ведь такая система налогообложения существенно уменьшает поступления в государственный бюджет в виде налога на прибыль, а также налога на добавленную стоимость, что в свою очередь приводит к увеличению дефицита государственного бюджета страны

Ключевые слова: *единый налог, упрощенная система налогообложения, программный продукт, БАС.*

Summary. *Introduction. The introduction of a single tax rate of 2% under martial law conditions led to the emergence of new requirements for the software's ability to reflect the above changes introduced by the Tax Code of Ukraine. Today, the use of software products by business entities for the purpose of displaying accrued taxes and fees in the accounting system outlines new horizons in terms of their capabilities. Transforming the capabilities of software products to meet today's changing requirements aims to automate those areas of accounting that primarily relate to the payment and calculation of relevant national and local taxes and fees. Such a software product can be «BAS Accounting» (hereinafter – BAS) from the developer of Business automation software.*

Purpose. The purpose of the article is to provide practical recommendations for displaying the simplified taxation system in the BAS software product.

Results. As a result of the conducted research, we can come to the conclusion that we considered the procedure for displaying the simplified taxation system in the BAS software product, namely, the payer of the single tax of the third group (2%). The above-mentioned software product enables business entities to adapt the proper display of single tax calculations in the accounting system, and therefore can be recommended for use by all single tax payers, both individuals and legal entities.

Discussion. In further scientific research, it is suggested to focus attention on the debate on the abolition of the simplified taxation system, and especially on the third group of single tax payers, who are taxed at the rate of 2%, because such a taxation system significantly reduces income to the state budget in the form of income tax, as well as income tax added value, and this, in turn, leads to an increase in the country's state budget deficit.

Key words: *single tax, simplified taxation system, software product, BAS.*

Постановка проблеми. Цифровізація суспільства, зокрема сфери бухгалтерського обліку дозволила автоматизувати процес відображення в обліку нарахування та сплати єдиного податку в Україні. Запровадження ставки єдиного податку в розмірі 2% в умовах воєнного стану призвело до появи нових вимог щодо можливостей програмного забезпечення відображати вищевказані зміни. Сьогодні, використання програмних продуктів з метою ведення бухгалтерського обліку окреслює нові горизонти щодо їх можливостей. Трансформація можливостей програмних продуктів під мінливі вимоги сьогодення ставить на меті автоматизувати ті ділянки бухгалтерського обліку, які в першу чергу, стосуються сплати та нарахування відповідних загальнодержавних та місцевих податків і зборів. Таким програмним продуктом може бути «BAS Бухгалтерія» (далі — BAS) від розробника Business automation software.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження питання щодо єдиного податку було зроблено вітчизняними дослідниками. Група дослідників К. В. Безверхий та О. А. Юрченко [1] аналізують впровадження мінімального податкового зобов'язання для бізнесу. Войнаренко М. П. та Ємчук Л. В. [2] визначають ефективність запровадження спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого бізнесу. Галі-

цина Н. В. [3] характеризує новації у механізмі справляння єдиного податку в умовах пандемії COVID-19. Коцупатрий М. М. та Ковач С. І. [4] досліджують системи оподаткування діяльності фізичних осіб-підприємців в Україні. Логвіновська С. І. [5] розглядає концептуальні підходи до спрощеної системи оподаткування в Україні. Луценко І. С. [6] досліджує оподаткування платників єдиного податку в сучасних умовах впровадження податкової реформи. Молдован О. О. [7] розглядає реформування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності. Пушкалова Я. [8] наводить зміни в податковому правовому режимі ФОП та самозайнятих осіб у зв'язку з поширенням COVID-19. Разом з тим залишаються не вирішеними проблемні питання в частині відображення спрощеної системи оподаткування у програмному продукті BAS.

Метою статті є надання практичних рекомендацій з відображення спрощеної системи оподаткування у програмному продукті BAS.

Виклад основного матеріалу. Відображення інформації щодо налаштування переходу на єдиний податок у розмірі 2% в програмному продукті BAS наведено на рис. 1.

Після відображення змін в обліковій політиці стосовно переходу на спрощену систему податків у розмірі 2% в програмному продукті BAS доцільно розглянути відображення даної інформації у документі рахунок на оплату (рис. 2).

Далі необхідно перевести товар з податкового призначення «Опод. ПДВ» на «Неопод. ПДВ, будь-яка госп.», для тих суб'єктів господарювання, які були платниками ПДВ до переходу на сплату єдиного податку у розмірі 2%. Дана операція виконується у програмному продукті BAS за

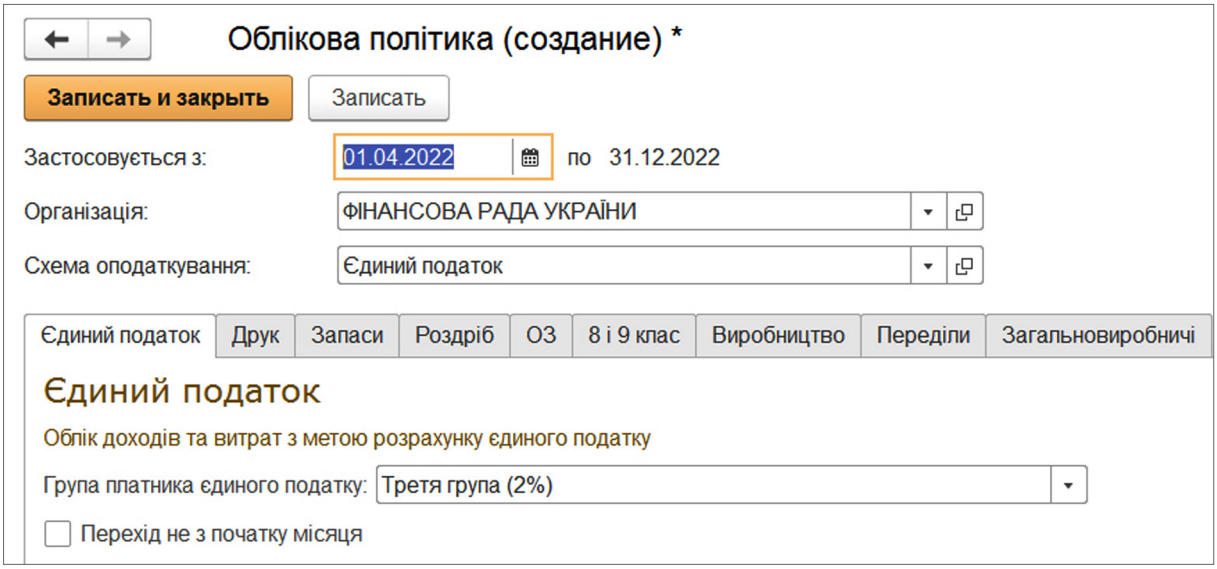


Рис. 1. Відображення змін в обліковій політиці стосовно переходу на спрощену систему податків у розмірі 2% в програмному продукті BAS

Джерело: складено автором

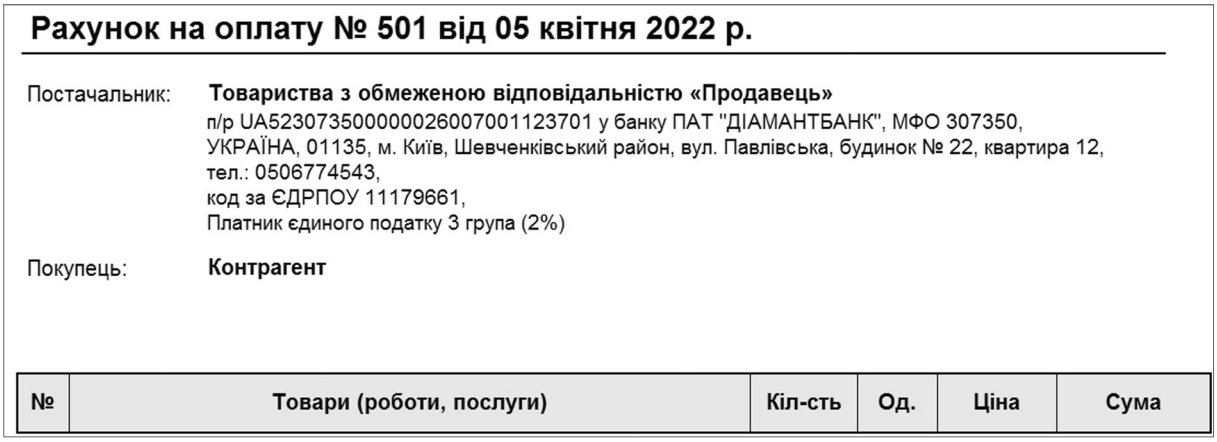


Рис. 2. Рахунок на оплату у програмному продукті BAS

Джерело: складено автором

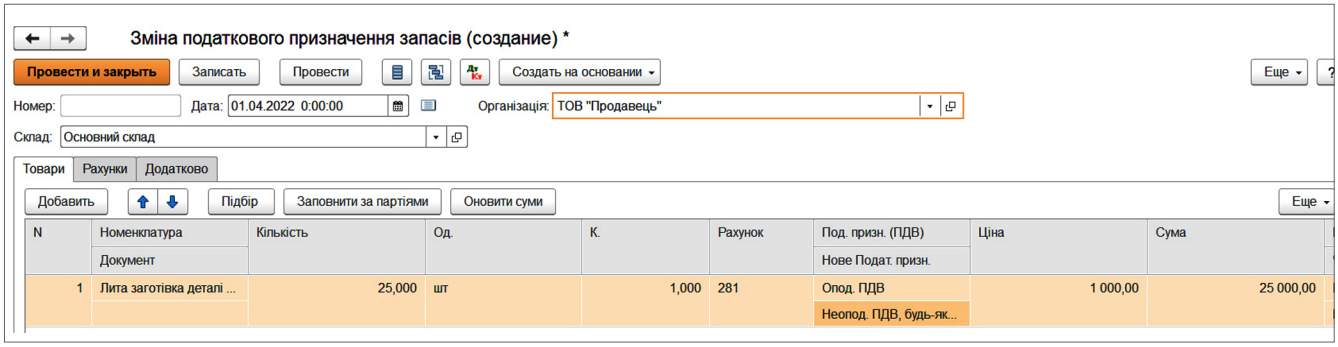


Рис. 3. Документ «Зміна податкового призначення запасів» у програмному продукті BAS

Джерело: складено автором

допомогою документу Документ «Зміна податкового призначення запасів». Документ «Зміна податкового призначення запасів» наведено на рис. 3.

Документ «Зміна податкового призначення запасів» служить для відображення операції зміни цільового призначення запасів для цілей ПДВ. Цю операцію необхідно здійснювати перед використанням запасів за визначеним податковим призначенням, коли при прибуткуванні таких запасів було зазначено інше (цільове) податкове призначення. У деяких випадках документ змінює також і бухгалтерську собівартість запасів. Документ проводить коригування сум податкових зобов'язань з ПДВ у випадках, коли зміна цільового призначення запасу впливає на нарахування податкових зобов'язань з умовного продажу. Заповнювати документ рекомендується наступним чином. У табличну частину необхідно внести необхідну номенклатуру, вказати кількість і нове цільове призначення. Далі можна автоматично підібрати партії товарів. Ця дія здійснюється за допомогою натискання на кнопку «Заповнити по партіям». Далі необхідно перевірити метод коригування податкового кредиту і суму ПДВ. Кнопка «Оновити суми» дозволяє перезаповнити суми в рядках табличної частини.

Висновки і перспективи подальших досліджень. В результаті проведеного дослідження можна дійти висновку, що нами було розглянуто порядок відображення спрощеної системи оподаткування у програмному продукті BAS, а саме платника єдиного податку третьої групи (2%). Вищевказаний програмний продукт дає змогу адаптувати належне відображення розрахунків за єдиним податком в системі бухгалтерського обліку, а отже може бути рекомендований до використання всіма платниками єдиного податку, як фізичними та юридичними особами.

В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на дискусії щодо скасування спрощеної системи оподаткування, а особливо третю групу платників єдиного податку, що оподатковуються за ставкою 2%, адже така система оподаткування суттєво зменшує надходження до державного бюджету у вигляді податку на прибуток, а також податку на додану вартість.

Література

1. Безверхий К., Юрченко О. Мінімальне податкове зобов'язання для бізнесу: правила адміністрування. Scientia Fructuosa. 2022. № 3 (143). С. 114–125. doi: doi.org/10.31617/1.2022(143)09.

2. Войнаренко М. П., Ємчук Л. В. Ефективність запровадження спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого бізнесу: практичні аспекти. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2010. № 3. Т. 3. С. 21–25.

3. Галіцина Н. В. Новації у механізмі справляння єдиного податку в умовах пандемії COVID-19. Вісник Запорізького національного університету. 2020. № 3. С. 77–83.

4. Коцупатрий М. М., Ковач С. І., Безверхий К. В. Системи оподаткування діяльності фізичних осіб-підприємців в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 10. С. 183–194. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2012_10_27 (дата звернення: 10.07.2022).

5. Логвіновська С. І. Концептуальні підходи до спрощеної системи оподаткування в Україні. Економічний форум. 2013. № . 3. С. 180–185.

6. Луценко І. С. Оподаткування платників єдиного податку в сучасних умовах впровадження податкової реформи. Економіка та держава. 2020. № 6. С. 131–135. doi: 10.32702/2306-6806.2020.6.131.

7. Молдован О. О. Щодо реформування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності. Аналітична записка. 2010. URL: http://www.niss.gov.ua/articles/217 (дата звернення: 12.07.2022).

8. Пушкалова Я. Зміни в податковому правовому режимі ФОП та самозайнятих осіб у зв'язку з поширенням COVID-19. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Юридичні науки. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. Том 7. № 2. С. 166–172.

References

1. Bezverkhyi K., Yurchenko O. (2022). Minimal'ne podatkove zobov'jazannja dlja biznesu: pravyla administruvannja [Minimum business tax liability: administration rules]. Scientia Fructuosa. № 3, pp. 114–125. doi: https://doi.org/10.31617/1.2022(143)09 [In Ukraine].

2. Vojnarenko M. P., Yemchuk L. V. (2010). The effectiveness of the simplified system of taxation of small businesses: practical aspects. Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky. vol. 3, T. 3, pp. 21–25 [In Ukraine].

3. Halitsyna N. V. (2020). Innovations in the mechanism of collecting a single tax in the context of the COVID-19 pandemic. Visnyk Zaporiz'koho natsional'noho universytetu. № 3, pp. 77–83 [In Ukraine].

4. Kotsupatryi M. M., Kovach S. I., Bezverkhyi K. V. (2012). Systemy opodatkuvannia diialnosti fizychnykh osib-pidpryiemtsiv v Ukraini [Systems of taxation of activities of natural persons-entrepreneurs in Ukraine]. Aktualni problemy ekonomiky. № 10, pp. 183–194, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2012_10_27 [in Ukrainian].

5. Loghvinovsjka S. I. (2013). Konceptualjni pidkhody do sproshhenoji systemy opodatkuvannja v Ukrajini. Ekonomichnyj forum, № 3, pp. 180–185 [in Ukrainian].

6. Lutsenko I. (2020). Taxation of single taxpayers in the modern conditions of tax reform implementation. Ekonomika ta derzhava. vol. 6, pp. 131–135. doi: 10.32702/2306–6806.2020.6.131 [in Ukrainian].

7. Moldovan O. O. (2010). Regarding the reform of the simplified system of taxation, accounting and reporting. Analitychna zapyska, [Online], available at: http://www.niss.gov.ua/articles/217 (Accessed 12 July 2022) [in Ukrainian].

8. Pushkalova Ya. (2020). Changes in the tax regime of sole proprietors and self-employed persons in connection with the spread of COVID-19. Visnyk Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politekhnika". Seriia: Yurydychni nauky. L'viv: Vydavnytstvo L'vivs'koi politekhniky. Tom 7, No 2, pp. 166–172 [in Ukrainian].

УДК 657

Приймак Наталія Володимирівна
кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри менеджменту та економіки
Міжнародний європейський університет
Pryimak Nataliia
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer of the Management and Economics Department
International European University
ORCID: 0000-0002-0206-2577

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8137

АЛГОРИТМ СКЛАДАННЯ ПОДАТКОВОЇ ДЕКЛАРАЦІЇ ПЛАТНИКА ЄДИНОГО ПОДАТКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

THE ALGORITHM FOR COMPILING THE TAX DECLARATION OF THE PAYER OF THE UNIFORM TAX UNDER THE CONDITIONS OF THE STATE OF MARTIAL

Анотація. *Вступ. Традиційно запровадження нових податків (наприклад, 2% єдиного податку) призводило до необхідності затвердження відповідної форми податкової декларації як для фізичних, так і юридичних осіб. Так сталося і цього разу. Форму податкової декларації платників єдиного податку третьої групи на період дії воєнного та надзвичайного стану в Україні було затверджено наказом Міністерства фінансів України від 26 квітня 2022 року № 124 «Про затвердження форми податкової декларації платника єдиного податку третьої групи на період дії воєнного, надзвичайного стану в Україні». Загалом податкова декларація платників єдиного податку третьої групи має дуже спрощений вигляд, який складається з трьох частин та двох додатків. В той же час необхідно мати відповідний набір інструментів для правильного заповнення відповідних рядків такої податкової декларації. Таким інструментом може виступати алгоритм складання податкової декларації платника єдиного податку в умовах воєнного стану.*

Мета. Метою статті є розробка алгоритму складання податкової декларації платника єдиного податку в умовах воєнного стану.

Результати. В процесі проведеного дослідження було ідентифіковано порядок заповнення податкової декларації платників єдиного податку в умовах воєнного стану. Запропонований алгоритм заповнення рядків такої декларації уможливив її правильне складання, що в свою чергу буде корисно для всіх юридичних осіб, які складають таку податкову декларацію, а органам Державної податкової служби України запропонований алгоритм стане в нагоді при проведенні перевірок платників єдиного податку.

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на дискусії щодо дослідженні доцільності існування спрощеної системи оподаткування, яка з одного боку є каталізатором для розвитку малого бізнесу, а з іншого інструментом для мінімізації податкових платежів до державного бюджету.

Ключові слова: *єдиний податок, податкова декларація, алгоритм складання, платники податків, воєнний стан.*

Summary. *Introduction. Traditionally, the introduction of new taxes (for example, 2% of the single tax) led to the need to approve the appropriate form of tax declaration for both individuals and legal entities. It happened this time as well. The form of the tax declaration of payers of the single tax of the third group for the period of martial law and state of emergency in Ukraine was approved by the order of the Ministry of Finance of Ukraine dated April 26, 2022 No. 124 «On approval of the form of the tax declaration of the payer of the single tax of the third group for the period of martial law and state of emergency in Ukraine «. In general, the tax declaration of taxpayers of the single tax of the third group has a very simplified form, which consists*

of three parts and two appendices. At the same time, it is necessary to have an appropriate set of tools to correctly fill in the relevant lines of such a tax declaration. Such a tool can be an algorithm for drawing up a tax declaration of a single tax payer under martial law.

Purpose. The purpose of the article is to develop an algorithm for drawing up a tax declaration of a single tax payer under martial law.

Results. In the course of the research, the procedure for filling out the tax declaration of single tax payers under martial law conditions was identified. The proposed algorithm for filling out the lines of such a declaration made it possible to make it correctly, which in turn will be useful for all legal entities that prepare such a tax declaration, and the proposed algorithm will be useful for the authorities of the State Tax Service of Ukraine when conducting inspections of single tax payers.

Discussion. In further scientific research, it is proposed to focus attention on the discussion regarding the study of the feasibility of the existence of a simplified taxation system, which on the one hand is a catalyst for the development of small businesses, and on the other hand is a tool for minimizing tax payments to the state budget.

Key words: *single tax, tax declaration, compilation algorithm, taxpayers, martial law.*

Постановка проблеми. Традиційно запровадження нових податків (наприклад, 2% єдиного податку (далі — ЄП)) призводило до необхідності затвердження відповідної форми податкової декларації як для фізичних, так і юридичних осіб. Так сталося і цього разу. Форму податкової декларації платників єдиного податку третьої групи на період дії воєнного та надзвичайного стану в Україні (далі — податкової декларації) було затверджено наказом Міністерства фінансів України від 26 квітня 2022 року № 124 «Про затвердження форми податкової декларації платника єдиного податку третьої групи на період дії воєнного, надзвичайного стану в Україні» [1]. Загалом податкова декларація платників єдиного податку третьої групи має дуже спрощений вигляд, який складається з трьох частин та двох додатків. В той же час необхідно мати відповідний набір інструментів для правильного заповнення відповідних рядків такої податкової декларації. Таким інструментом може виступати алгоритм складання податкової декларації платника єдиного податку в умовах воєнного стану.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний вклад у формування базових положень та концепцій в частині єдиного податку зроблено вітчизняними дослідниками. Провідні українські автори К. В. Безверхий та О. А. Юрченко [2] досліджують мінімальне податкове зобов'язання для бізнесу. Дмитрів В. І. [3] виокремлює особливості застосування спрощеної системи оподаткування в Україні. Іванишина О. С. та Деміденко Л. С. [4] розглядають спрощену система оподаткування, обліку та звітності. Коцупатрий М. М. та Ковач С. І. [5] аналізують системи оподаткування діяльності фізичних осіб-підприємців в Україні Колектив вітчизняних дослідників І. С. Кавова, В. П. Карєв, О. І. Малишкін, С. М. Семенова та С. М. Шуляренко [6] характеризують гармонізацію бухгалтерського обліку та оподаткування на підприємствах України в контексті нормативів ЄС. Малышакова С. [7] проводить аналіз систем оподаткування. Онищенко В. [8] наводить огляд податкових змін. Разом з тим залишаються не вирішеними проблемні питання в частині алгоритму складання податкової декларації платника єдиного податку в умовах воєнного стану.

Метою статті є розробка алгоритму складання податкової декларації платника єдиного податку в умовах воєнного стану.

Виклад основного матеріалу. У першій частині податкової декларації пропонується заповнити суму доходу за місяць та суму податкового зобов'язання у гривнях у копійках.

У другій частині декларації зазначається, що земельні ділянки, віднесені до сільськогосподарських угідь в інших розмірах (у тому числі альвеолярних), заповнюються платником (за фіксованою ставкою 2%) власником, орендарем, користувачем, які зобов'язані оподатковуватись податком. станом на грудень поточного року У складі декларації подати заяву для розрахунку загальної суми мінімального податку до сплати.

Частина ІІІ податкової декларації спрямована на виправлення помилок самостійно, допущених у минулих звітних періодах, і, відповідно, встановлення зобов'язань, пов'язаних із такими виправленнями. Окрім основної частини, до податкової декларації також передбачено подання додатків (якщо вони заповнені):

1) Додаток 1 «Розрахунок загального мінімального податкового зобов'язання за податковий (звітний) рік». Подають його платники ЄП за ставкою 2% зі статусом власників, орендарів, користувачів на інших умовах (у т.ч. на умовах емфітевзису) земельних ділянок, віднесених до сільськогосподарських угідь, у яких виникає

Таблиця 1

Алгоритм заповнення розділу «Заголовна частина»

Назва показника	Код рядка	Пояснення щодо заповнення
Тип декларації	1	У **рядку 1** ставиться відмітка «Х»: • у **полі «Звітна» —** якщо подається поточна звітна декларація; • у **полі «Звітна нова»** — якщо в поданій раніше декларації була допущена помилка і вона виправляється шляхом подання нової декларації до настання граничного терміну її подання; • у **полі «Уточнююча»** — якщо виправляються помилки в поданій раніше декларації після настання граничного терміну подання декларації
Податковий (звітний) період	2	У **рядку 2** проставляється звітний (податковий) місяць (вказується арабська цифра 1–12) та звітний рік (наприклад, 2022)
Податковий (звітний) період, який уточнюється	3	У **рядку 3** зазначається звітний (податковий) період, що уточнюється (у разі подання уточнюючої декларації). **Для уточнюючої декларації** звітний (податковий) період (рядок 2) та звітний (податковий) період, що уточнюється (рядок 3), **заповнюються однаковими значеннями**, що відповідають звітному (податковому) періоду, що уточнюється
Найменування контролюючого органу, до якого подається декларація	4	У **рядку 4** вказується найменування фіскального органу, до якого подається декларація
Платник	5	У **рядку 5** зазначається найменування суб'єкта господарювання для юридичної особи або прізвище, ім'я та по батькові (за наявності) для фізичної особи — підприємця
Код за ЄДРПОУ, реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія (за наявності) та номер паспорта	6	У **рядку 6** зазначається присвоєний юридичній особі код ЄДРПОУ. Відповідно до пп. 1 п. 2.2 Порядку обліку платників податків і зборів код за ЄДРПОУ є податковим номером платників податків. **Юридичні особи**, які не мають коду за ЄДРПОУ, зазначають реєстраційний (обліковий) номер платника податків, який присвоюється контролюючим органом. Серію (за наявності) та номер паспорта зазначають **фізичні особи**, які через релігійні переконання відмовляються від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку в паспорті
Податкова адреса Електронна адреса	7	У **рядку 7** зазначається податкова адреса (місце проживання) платника податку. Адреса вказується у загальновстановленому порядку: вулиця, № будинку, № офісу, місто (населений пункт), район (якщо населений пункт не є райцентром), область (якщо місто не є обласним центром), поштовий індекс. Загальноприйнятими є також скорочення «вул.» замість «вулиця», «буд.» замість «будинок» тощо. Також у **рядку 7** вказується електронна адреса та номер телефону платника

Джерело: складено автором на основі [1]

Таблиця 2

Алгоритм заповнення розділу I. Розрахунок податкових зобов'язань з єдиного податку

Найменування рядка	Код рядка	Пояснення щодо заповнення
Обсяг доходу за податковий (звітний) місяць, що оподатковується за ставкою 2 відсотки доходу	01	У **рядку 1** зазначається обсяг доходу за податковий (звітний) місяць, що оподатковується за ставкою 2% доходу
Сума податкових зобов'язань за податковий (звітний) місяць (рядок 01 х 2 відсотки)	02	У **рядку 2** зазначається сума податкових зобов'язань за податковий (звітний) місяць. Значення рядка розраховується за формулою: р. 01 х 2%

Джерело: складено автором на основі [1]

Таблиця 3

Алгоритм заповнення розділу II. Розрахунок податкових зобов'язань з єдиного податку з урахуванням позитивного значення різниці між сумою загального мінімального податкового зобов'язання та загальною сумою сплачених податків, зборів, платежів та витрат на оренду земельних ділянок

Найменування рядка	Код рядка	Пояснення щодо заповнення
Позитивне значення різниці між сумою загального мінімального податкового зобов'язання та загальною сумою сплачених податків, зборів, платежів та витрат на оренду земельних ділянок (рядок 04 колонки 3 розділу II додатка 1)	03	У **рядку 3** зазначається позитивне значення різниці між сумою загального мінімального податкового зобов'язання та загальною сумою сплачених податків, зборів, платежів та витрат на оренду земельних ділянок. До рядка переносять суму, розраховану в р. 04 гр. 3 розд. II додатка 1 **Рядок 3** заповнюється платниками єдиного податку третьої групи зі ставкою 2% доходу — власниками, орендарями, користувачами на інших умовах (у т.ч. на умовах емфітевзису) земельних ділянок, віднесених до сільськогосподарських угідь, у яких виникає обов'язок подавати додаток із розрахунком загального мінімального податкового зобов'язання у складі податкової декларації за грудень поточного року (п. 297[1].1 ПКУ)
Сума єдиного податку до сплати з урахуванням позитивного значення різниці між сумою загального мінімального податкового зобов'язання та загальною сумою сплачених податків, зборів, платежів та витрат на оренду земельних ділянок (рядок 02 + рядок 03)	4	У **рядку 4** зазначається сума єдиного податку до сплати з урахуванням позитивного значення різниці між сумою загального мінімального податкового зобов'язання та загальною сумою сплачених податків, зборів, платежів та витрат на оренду земельних ділянок. Значення рядка розраховується за формулою: р. 02 + р. 03 **Рядок 4 підлягає обов'язковому заповненню у податковій декларації платника єдиного податку третьої групи за грудень відповідного поточного року**

Джерело: складено автором на основі [1]

Таблиця 4

III. Визначення податкових зобов'язань у зв'язку з виправленням самостійно виявлених помилок

Найменування рядка	Код рядка	Пояснення щодо заповнення
Сума єдиного податку за даними раніше поданої декларації, що уточнюється (рядок 02 або 04 декларації, що уточнюється)	05	У **рядку 05** зазначається сума єдиного податку за даними раніше поданої декларації, що уточнюється. Дані до **рядка 05** переносяться з рядка 02 або рядка 04 декларації, що уточнюється
Уточнена сума податкових зобов'язань за податковий (звітний) період, у якому виявлена помилка	06	У **рядку 06** зазначається уточнена сума податкових зобов'язань за податковий (звітний) період, у якому виявлена помилка
Сума єдиного податку до збільшення у зв'язку з виправленням помилки (рядок 05 — рядок 06, якщо рядок 05 > рядка 06)	07	У **рядку 07** зазначається сума єдиного податку до збільшення у зв'язку з виправленням помилки. Значення рядка розраховується за формулою: р. 06 — р. 05, якщо р. 06 > р. 05
Сума єдиного податку до зменшення у зв'язку з виправленням помилки (рядок 05 — рядок 06, якщо рядок 05 > рядка 06)	08	У **рядку 08** зазначається сума єдиного податку до зменшення у зв'язку з виправленням помилки. Значення рядка розраховується за формулою: р. 05 — р. 06, якщо р. 05 > р. 06

Джерело: складено автором на основі [1]

обов'язок подавати додаток із розрахунком загального мінімального податкового зобов'язання у складі податкової декларації за грудень;

2) Додаток 2 «Відомості про суми нарахованого доходу застрахованих осіб та суми нарахованого єдиного внеску». Його подають ФОП — платники ЄП за ставкою 2% у разі визначення ЄСВ разом із декларацією за грудень.

Алгоритм заповнення заголовної частини податкової декларації (табл. 1).

Після заповнення заголовної частини податкової декларації доцільно буде ознайомитись з алгоритмом заповнення розділу I такої декларації (табл. 2).

Охарактеризувавши заповнення розділу 1 «Розрахунок податкових зобов'язань з єдиного податку» (табл. 2) доцільно навести порядок заповнення розділу II податкової декларації (табл. 3).

Після ознайомлення з алгоритмом заповнення розділу II (табл. 3) податкової декларації, доречно буде навести алгоритм складання розділу III податкової декларації.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, проведене дослідження дало змогу ідентифікувати порядок заповнення податкової декларації платників єдиного податку в умовах воєнного стану. Запропонований алгоритм заповнення рядків такої декларації уможливив її правильне складання, що в свою чергу буде корисно для всіх юридичних осіб, які складають таку податкову декларацію, а органам Державної податкової служби України запропонований алгоритм стане в нагоді при проведенні перевірок платників єдиного податку.

В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на дискусії щодо дослідженні доцільності існування спрощеної системи оподаткування, яка з одного боку є каталізатором для розвитку малого бізнесу, а з іншого інструментом для мінімізації податкових платежів до державного бюджету.

Література

1. Про затвердження форми податкової декларації платника єдиного податку третьої групи на період дії воєнного, надзвичайного стану в Україні: наказ Міністерства фінансів України від 26 квітня 2022 року № 124. URL: https://tax.gov.ua/zakonodavstvo/podatkove-zakonodavstvo/nakazi/77341.html (дата звернення: 30.06.2022).

2. Безверхий К., Юрченко О. Мінімальне податкове зобов'язання для бізнесу: правила адміністрування. Scientia Fructuosa. 2022. № 3 (143). С. 114–125. doi: doi.org/10.31617/1.2022(143)09

3. Дмитрів В. І. Особливості застосування спрощеної системи оподаткування в Україні. Економіка та митноправові відносини. 2017. Випуск 2. С. 41–49. URL: http://sciencehub.org.ua/wp-content/uploads/2018/06/7.-Дмитрів-В.І.-41-49.pdf (дата звернення: 31.03.2022).

4. Іванишина О. С., Деміденко Л. С. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності: сучасний стан та напрями її вдосконалення. Ефективна економіка. 2020. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/89.pdf (дата звернення: 30.06.2022).

5. Коцупатрий М. М., Ковач С. І., Безверхий К. В. Системи оподаткування діяльності фізичних осіб-підприємців в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 10. С. 183–194. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2012_10_27 (дата звернення: 31.03.2022).

6. Малишкін О. І., Безверхий К. В., Кавова І. С., Семенова С. М., Шуляренко С. М., Карєв В. П. Гармонізація бухгалтерського обліку та оподаткування на підприємствах України в контексті нормативів ЄС: монографія. Київ: ДУІТ, 2018. 416 с.

7. Мальшакова С. Аналізуємо системи оподаткування. Баланс-агро. 2018. № 45 (609). С. 16–18. URL: https://uteka.ua/ua/publication/agro-4-nalogooblozhenie-selxozpredpriyatij-12-analiziruem-sistemy-nalogooblozheniya (дата звернення: 30.06.2022).

8. Онищенко В. Огляд податкових змін закону № 1914-X. URL: https://www.golovbukh.ua/article/ru/9182-obzor-nalogovyh-izmeneniy-iz-zakonoproekta-5600-resursnaya-renta-prodaja-kvartir-nalogovyy (дата звернення: 30.06.2022).

References

1. Pro zatverdzhennia formy podatkovoi deklaratsii platnyka yedynoho podatku tretoi hrupy na period dii voiennoho, nadzvychainoho stanu v Ukraini [On the approval of the form of the tax declaration of the payer of the single tax of the third group for the period of military and state of emergency in Ukraine]: nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 26 kvitnia 2022 roku № 124. URL: https://tax.gov.ua/zakonodavstvo/podatkove-zakonodavstvo/nakazi/77341.html [In Ukraine].

2. Bezverkhyi K., Yurchenko O. (2022). Minimal'ne podatkove zobov'jazannja dlja biznesu: pravyla administruvannja [Minimum business tax liability: administration rules]. Scientia Fructuosa. № 3, pp. 114–125. https://doi.org/10.31617/1.2022(143)09 [In Ukraine].

3. Dmytriv V. I. (2017). Osoblyvosti zastosuvannia sproshchenoi systemy opodatkuvannia v Ukraini [Features of application of the simplified taxation system in Ukraine]. Ekonomika ta mytno-pravovi vidnosyny. Vypusk 2, pp. 41–49. URL: http://sciencehub.org.ua/wp-content/uploads/2018/06/7.-Дмитрів-В.І.-41-49.pdf [in Ukrainian].

4. Ivanyshyna O. and Demidenko L. (2020). Simplified system of taxation, accounting and reporting: current state and direction of its improvement. Efektyvna ekonomika. Vol. 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7909 [in Ukrainian].

5. Kotsupatryi M. M., Kovach S. I., Bezverkhyi K. V. (2012). Systemy opodatkuvannia diialnosti fizychnykh osib-pidpryiemtsiv v Ukraini [Systems of taxation of activities of natural persons-entrepreneurs in Ukraine]. Aktualni problemy ekonomiky. № 10, pp. 183–194 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2012_10_27 [in Ukrainian].

6. Malyshkin O. I., Bezverkhyi K. V., Kavova I. S., Semenova S. M., Shuliarenko S. M., Kariev V. P. (2018). Harmonizatsiia bukhhalterskoho obliku ta opodatkuvannia na pidpryiemstvakh Ukrainy v konteksti normatyviv YeS [Harmonization of accounting and taxation at Ukrainian enterprises in the context of EU standards]: monohrafiia. Kyiv: DUIT, 416 p. [in Ukraine].

7. Malshakova S. (2018). Analizuiemo systemy opodatkuvannia [The analyze tax systems]. Balans-ahro. № 45 (609), pp. 16–18 URL: https://uteka.ua/ ua/publication/agro-4-nalogooblozhenie-selxozpredpriyatij-12-analiziruem-sistemy-nalogooblozheniya [in Ukrainian].

8. Onyshchenko V. (2022). Ohliad podatkovykh zmin zakonu № 1914-X. URL: https://www.golovbukh.ua/article/ru/9182-obzor-nalogovyh-izmeneniy-iz-zakonoproekta-5600-resursnaya-renta-prodaja-kvartir-nalogovyy [in Ukraine].

УДК 65.01: 658

Князь Святослав Володимирович
доктор економічних наук, професор
Національний університет «Львівська політехніка»
Kniaz Sviatoslav
D. Sc. (Economics), Professor
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0002-7236-1759

Скриньковський Руслан Миколайович
кандидат економічних наук, професор
Львівський університет бізнесу та права
Skrynkovskyy Ruslan
PhD in Economics, Professor
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0002-2180-8055

Русин-Гриник Роман Романович
доктор філософії
Національний університет «Львівська політехніка»
Rusyn-Hrynyk Roman
PhD
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0003-2895-6437

Коновалюк Ірина Василівна
аспірант
Національного університету «Львівська політехніка»
Konovalyuk Iryna
Postgraduate Student of the
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0003-2143-9621

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8037

ОЦІНЮВАННЯ ТА АНАЛІЗУВАННЯ ЧИННИКІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕС–СТРУКТУР

ASSESSMENT AND ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE FORMATION OF A SYSTEM FOR MONITORING THE ACTIVITIES OF BUSINESS STRUCTURES

***Анотація**. У статті проведено оцінювання та аналізування чинників, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структури. Нами використано експертне дослідження, яке дозволило визначити чинники, які формують системи моніторингу діяльності бізнес-структур, а пізніше оцінено їхню відносну значущість. Для урахування чинників, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур застосовано кластерний аналіз, а також використано ізоморфну та ізотонну подібність множини виокремлених чинників. Визначено середні бали, які призначені експертами*

для кожного чинника. Виявлено прямі і опосередковані зв'язки як між факторами, так і між самими кластерами. Для цього використано специфікації klast_izomorf_trek і klast_izoton_trek для Microsoft Office Excel. Побудовано інтегровану модель зв'язків між чинниками, що впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур, які є лінійно та опосередковано пов'язані один з одним. Здійснено класифікацію чинників, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур. Запропонована класифікація може бути практично застосована керівниками бізнес-структур під час аналізування якості моніторингу і прийняття коригувальних рішень стосовно обрання видів інформації і джерел їх отримання, методів моніторингу, а також підбору кадрів, які відповідальні за моніторинг. Запропоновано механізм комплексу заходів, спрямованих на використання резервів для покращання якості мотіторингу діяльності бізнес-структури. Доведено, що запровадження комплексу заходів, спрямованих на використання резервів для покращання якості моніторингу діяльності бізнес-структур дозволило б системі моніторингу зосередити аналітичний потенціал менеджерів на проблемних аспектах розвитку бізнес-структури, причини яких лежать у їхньому зовнішньому середовищі. Необхідним є досягнення такої якості моніторингу, за якої характер дії виокремлених чинників на досліджуваний об'єкт за замовчуванням є позитивним.

Ключові слова: *бізнес-структура, моніторинг, види інформації, кластерний аналіз, експертне опитування.*

Summary. *The article assesses and analyzes the factors influencing the formation of a system for monitoring the activities of business structure. We used an expert study, which allowed us to determine the factors that form the systems for monitoring the activities of business structures, and later assessed their relative importance. To take into account the factors influencing the formation of a system for monitoring the activities of business structures, cluster analysis was applied, and the isomorphic and isotonic similarity of a set of highlighted factors was used. The average scores assigned by experts for each factor are determined. Direct and indirect connections between the factors and between the clusters themselves have been identified. Specifications are used for this of KLAST_IZOMORF_TREK and KLAST_IZOTON_TREK for Microsoft Office Excel. An integrated model of relationships between the factors influencing the formation of a system for monitoring the activities of business structures, which are linearly and indirectly related to each other, has been built. The classification of factors influencing the formation of a system for monitoring the activities of business structures has been carried out. The proposed classification can be practically applied by the heads of business structures when analyzing the quality of monitoring and making corrective decisions on the selection of types of information and sources of their receipt, monitoring methods, as well as the selection of personnel responsible for monitoring. A mechanism is proposed for a set of measures aimed at using reserves to improve the quality of monitoring the activities of a business structure. It is proved that the introduction of a set of measures aimed at using reserves to improve the quality of monitoring the activities of business structures would allow the monitoring system to focus the analytical potential of managers on problematic aspects of the development of a business structure, the causes of which lie in their external environment. It is necessary to achieve such quality of monitoring, in which the nature of the action of the selected factors on the object under study is positive by default.*

Key words: *business structure, monitoring, types of information, cluster analysis, expert survey.*

Постановка проблеми. Сьогодні в Україні відбуваються дуже стрімкі технологічні, економічні і соціальні зміни. Для бізнес-структур актуальним залишається активний розвиток і забезпечення ефективності функціонування на ринку. Тому, якщо бізнес-структура має намір успішно розвиватися і прагне досягти певних позитивних результатів, їй необхідно впроваджувати нові або удосконалювати існуючі методи ведення бізнесу, застосовувати інноваційні управлінські рішення, вдало визначати чинники, які безпосередньо впливають на діяльність бізнес-структури, а також активно проводити моніторинг економічного стану і результативності не тільки своєї діяльності, а й конкурентів. Зважаючи на вказане вище, постає актуальне питання щодо визначення і оцінювання чинників, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як відомо, оцінювання та аналізування чинників, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структури розпочинається із постановки цілей системи моніторингу [1]. Значний внесок у вирішення проблемних питань (теоретичних, практичних) з моніторингу різних сфер діяльності підприємств зробили такі вчені-економісти та практики: К. Жадько [2], Л. Кучер, О. Павленко, О. Головіна, О. Шайда, І. Франів, В. Дзвоник [3], Т. Процюк, С. Леськів [4], Л. Українська, Г. Рябик [5], A. Jalali, P. Johannesson [6], S. Kusari, S. Hoeffler, D. Iacobucci [7], P. Lind [8], S. K. Miller [9], B. Wetzstein, P. Leitner, F. Rosenberg, I. Brandic, S. Dustdar, F. Leymann [10] та інші. Водночас, визнаючи теоретичну і практичну цінність окремих досліджень за проблемою, а також враховуючи інформацію у праці [11], доцільно зазначити,

що більшість дослідників трактують моніторинг як постійне спостереження за певним явищем або процесом з метою виявлення його відповідності бажаному результату. Поряд з тим, критичний аналіз авторських підходів показав, що не існує якогось єдиного підходу щодо оцінювання та проведення аналізу чинників, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур. Також важливим завданням є розроблення механізму комплексу заходів, спрямованих на використання резервів для покращання якості моніторингу діяльності бізнес-структури.

Мета статті. Метою статті є визначити, оцінити та проаналізувати чинники, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур.

Виклад основного матеріалу дослідження. За результатами проведеного експертного дослідження з'ясовано і виокремлено чинники, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур, а також оцінено їхню відносну значущість. Для опитування було обрано 5-ть торговельних компаній з найбільшим обсягом доходу за період 2017–2021 рр., а саме: Фоззі-Фуд, Епіцентр К, ВОГ Рітейл, МЕТРО Кеш енд Кері Україна, Ашан Україна Гіпермаркет. Респондентами виступали топ-менеджери даних компаній, які мають досвід роботи більше 3-х років.

Так, серед чинників було виділено такі основні: a) поінформованість суб'єктів управління, які виконують функцію моніторингу; b) вмотивованість суб'єктів управління, які виконують функцію моніторингу; c) рівень кваліфікації суб'єктів управління, які виконують функцію моніторингу; d) дисциплінованість і відповідальність суб'єктів управління, які виконують функцію моніторингу; i) формалізованість управлінських процесів; f) автоматизація системи моніторингу.

Розмах оцінок по кожному чиннику досить високий і майже однаковий — 80–90 балів. Це підтверджує об'єктивність експертного оцінювання.

Результати експертного оцінювання чинників показали, що найбільш значущими виявились чинники d (44,41 бала) і c (40,88 бала). Значущість інших чинників оцінена також досить високо. У середньому від 37,94 бала до 40,29 бала (рис. 1).

Для урахування чинників, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур, замало знати їхню відносну значущість. Тут важливо знати — як ці чинники пов'язані один з одним. Для виконання цього завдання необхідно застосувати кластерний аналіз. Проаналізуємо ізоморфну та ізотонну подібність множини виокремлених вище чинників. Ізоморфна подібність є структурною, а ізотонна — параметрична [3; 12]. Кластерний аналіз, що містить і враховує виявлення ізоморфної та ізотонної подібності досліджуваних об'єктів, передбачає побудову матриць ізоморфних та ізотонних відстаней (рис. 2) між досліджуваними чинниками.

Обчислення здійснюються за формулами (1)–(6) [12] (С. Лапач, А. Чубенко, П. Бабич):

1) розподіл ізоморфних відстаней за допомогою нормування шкал:

$$Z_{ij} = \frac{X_{ij} / \sum_{i=1}^{n} X_{ij}}{\sum_{j=1}^{m} \frac{X_{ij}}{\sum_{i=1}^{n} X_{ij}}}, \quad (1)$$

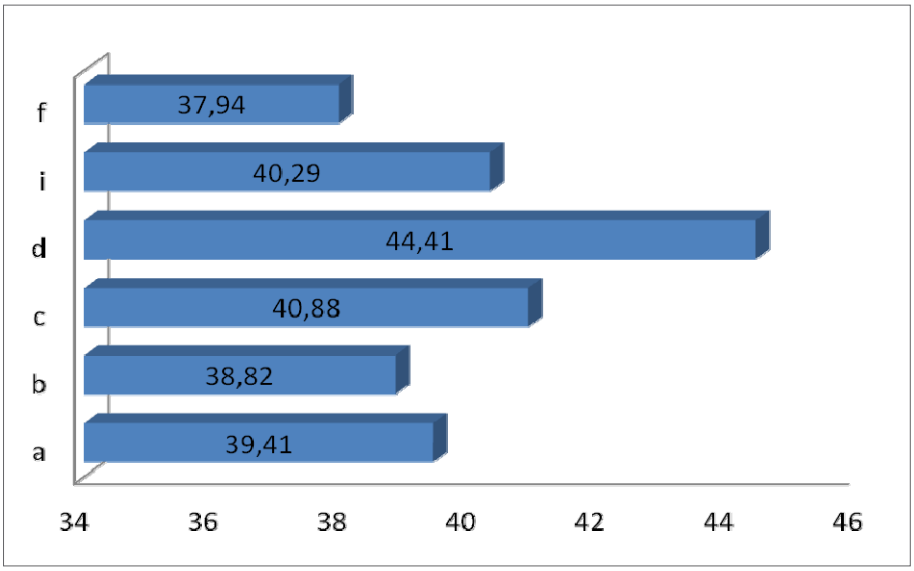


Рис. 1. Середні бали, призначених експертами кожному чиннику (a, b, c, d, i, f)

Матриця ізоморфних відстаней

	1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*
1	0	0,180891	0,219674	0,178418	0,188088	0,197746
2	0,180891	0	0,162567	0,190792	0,148737	0,176298
3	0,219674	0,162567	0	0,206044	0,183475	0,184915
4	0,178418	0,190792	0,206044	0	0,190766	0,161483
5	0,188088	0,148737	0,183475	0,190766	0	0,157058
6	0,197746	0,176298	0,184915	0,161483	0,157058	0

Матриця ізотонних відстаней

	1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*
1	0	0,644798	0,364043	0,953785	0,463031	0,168617
2	0,644798	0	1,008841	1,598584	0,181767	0,476181
3	0,364043	1,008841	0	0,589743	0,827074	0,53266
4	0,953785	1,598584	0,589743	0	1,416817	1,122402
5	0,463031	0,181767	0,827074	1,416817	0	0,294415
6	0,168617	0,476181	0,53266	1,122402	0,294415	0

Рис. 2. Матриці ізоморфних та ізотонних відстаней

де X_{ij} — значення j-ї ознаки для i-го чинника.

2) визначення відстані між двома чинниками:

$$d_{ik} = \sqrt{\sum_{j=1}^{m} (Z_{ij} - Z_{kj})^2}. \quad (2)$$

3) вибір критичної точки для розбиття чинників на кластери:

$$C_l(p) = \frac{1}{K} \sum_{l=1}^{G} \sum_{p=1}^{P_1} C_l(p), \quad (3)$$

де $C_l(p) = \min_{q \in g_1} C_{ll}(p,q)$, $p = 1,2 \ldots P_l$, $K = \sum_{l=1}^{G} P_l$;

$C_{ll}(p,q)$ — відстань між елементами p і q, які належать до l-ї групи;

$C_l(p)$ — відстань між елементом p і сусіднім елементом в групі l;

P_l — кількість елементів в групі l;

G — кількість груп.

4) розподіл ізотонних відстаней за допомогою нормування шкал:

$$V_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum_{i=1}^{n} x_{ij}}, \quad (4)$$

де x_{ij} — значення j-го показника для i-го чинника.

5) визначення мінімальних значень для кожного чинника:

$$w_i = \sum_{j=1}^{m} V_{ij}; \quad (5)$$

6) визначення відстані між двома об'єктами:

$$d_{ij} = \left| \omega_i - \omega_j \right|. \quad (6)$$

Наведені у цих матрицях дані слід проаналізувати на предмет виявлення мінімальних відстаней між чинниками (табл. 1).

Таблиця 1

Мінімальні відстані між досліджуваними чинниками

Чинники	Ізоморфні відстані	Чинники	Ізотонні відстані
2–1	0,180891	6–1	0,168617
5–2	0,148737	5–2	0,181767
2–3	0,162567	1–3	0,364043
6–4	0,161483	3–4	0,589743
2–5	0,148737	6–5	0,294415
5–6	0,157058	1–6	0,168617

Маючи інформацію про групи чинників (кластери) зробимо спробу виявити прямі і опосередковані зв'язки як між факторами, так і між самими кластерами. Для цього скористаємось специфікаціями *klast_izomorf_trek* і *klast_izoton_trek* для *Microsoft Office Excel* і отримуємо такі ланцюжки чинників і матриці міжланцюжкових відстаней — рис. 3.

Отож, скориставшись отриманими вище даними, побудуємо інтегровану модель зв'язків між чинниками, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур (рис. 4).

Як бачимо з рис. 3 і 4, за структурною подібністю загальна сукупність факторів розпалась на два кластери: перший — a, другий — усі інші. У свою чергу, за ознакою параметричної подібності утворилось три кластери: перший — a, b і c, другий — d, третій — i, f. Інтегруючи утворені

1) ланцюжки, які отримані на основі *klast_izomorf_trek*:

1)	1	0,178418	4				
2)	2	0,148737	5	0,183475	3	0,184915	6

2) матриця міжланцюжкових відстаней, яка отримана на основі *klast_izomorf_trek*:

Ланцюжки	*1*	*2*
1	0	0,161483
	(0; 0)	(4; 6)
2	0,161483	0
	(4; 6)	**(0; 0)**
Мінімальні відстані	0,161483	0,161483
між ланцюжками	(1; 2)	(2; 1)

3) ланцюжки, які отримані на основі *klast_izoton_trek*:

1)	1	0,168617	6	0,53266	3	0,589743	4
2)	2	0,181767	5				

4) матриця міжланцюжкових відстаней, яка отримана на основі *klast_izoton_trek*:

Ланцюжки	*1*	*2*
1)	0	0,294415
	(0; 0)	(6; 5)
2)	0,294415	0
	(6; 5)	**(0; 0)**
Мінімальні відстані	0,294415	0,294415
між ланцюжками	(1; 2)	(2; 1)

Рис. 3. Матриці ізоморфних та ізотонних відстаней

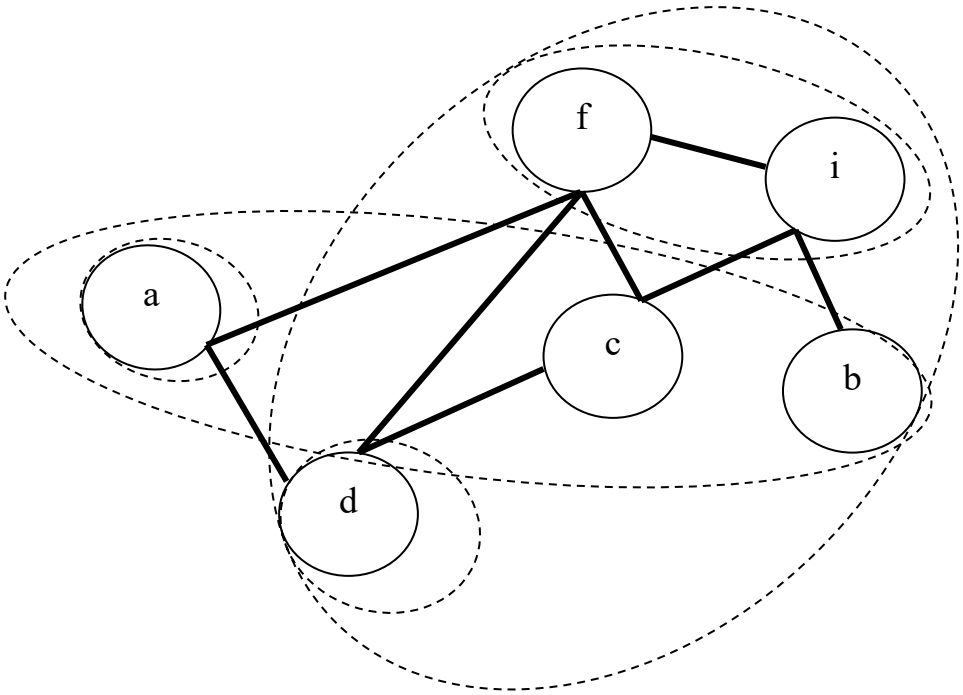


Рис. 4. Інтегрована модель зв'язків між чинниками, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур

Умовні позначення: суцільною лінією позначено чинники; пунктирною лінією — кластери; жирною — лінійні та опосередковані зв'язки між чинниками

кластери маємо перетин множин, в структурі яких є синглетони — a і d (див. рис. 4). Попри це, усі елементи утворених кластерів пов'язані між собою лінійними (a-f; a-d; d-f; d-c; c-f; c-i; f-i; i-b) або опосередкованими зв'язками (a-c; a-i; a-b; f-b; i-d; d-b; c-b), що вказує на важливість їхнього урахування під час моніторингу і прийняття коригувальних рішень.

Побудована інтегральна модель є сукупністю чинників, що лінійно та опосередковано пов'язані один з одним. Вони можуть викликати каузальні зв'язки, тому їхню сукупність доцільно першочергово виявляти та аналізувати під час формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур. З метою її алгоритмізованого використання під час процесу моніторингу діяльності бізнес-структур необхідним є класифікування чинників, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур (табл. 2).

Запропонована класифікація у табл. 2 може бути практично застосована керівниками бізнес-структур під час аналізування якості моніторингу

Таблиця 2

Класифікація чинників, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур

Класифікаційні ознаки	Види чинників
За змістом	Чинник поінформованості суб'єктів управління, які виконують функцію моніторингу; чинник вмотивованості суб'єктів управління, які виконують функцію моніторингу; чинник рівня кваліфікації суб'єктів управління, які виконують функцію моніторингу; чинник дисциплінованості і відповідальності; чинник формалізованості управлінських процесів; автоматизація системи моніторингу
За відносною значущістю	Чинники, які суттєво впливають на досліджуваний об'єкт; чинники, які несуттєво впливають на досліджуваний об'єкт
За подібністю	Чинники за структурною подібністю; чинники за параметричною подібністю; комбіновані чинники
За зв'язками	Чинники, пов'язані лінійними зв'язками; чинники, пов'язані опосередкованими зв'язками
За характером впливу на досліджуваний об'єкт	Чинники, які позитивно впливають на досліджуваний об'єкт; чинники, які негативно впливають на досліджуваний об'єкт

і прийняття коригувальних рішень стосовно: обрання видів інформації і джерел їх отримання, методів моніторингу [13], а також підбору кадрів відповідальних за моніторинг.

У 2022 р. у середовищі досліджуваних бізнес-структур проводилось експертне опитування на предмет характеру впливу виокремлених нами чинників (a, b, c, d, i, f) на досліджуваний об'єкт (рис. 5).

Внаслідок опитування респондентів виявилось, що лише 6% опитаних позитивно оцінили вплив чинника — вмотивованості суб'єктів управління, які виконують функцію моніторингу на якість моніторингу і лише 8% питаних позитивно оцінюють чинник рівня кваліфікації суб'єктів управління, які виконують функцію моніторингу. Як наслідок, є підстави для припущення того, що серед менеджерів бізнес-структур у цілому досить низька мотивація до виконання якісного моніторингу діяльності бізнес-структур, тобто — вони виконують цю функцію формально. Якщо взяти до уваги те, що загалом невисоким є також рівень кваліфікації менеджерів, а також має місце низький рівень формалізованості системи моніторингу (15%, див. рис. 5), то можна стверджувати, що у більшості бізнес-структур є суттєві резерви для покращання якості моніторингу діяльності бізнес-структур.

На рис. 6 наведено механізм комплексу заходів, спрямованих на використання резервів для покращання якості моніторингу діяльності бізнес-структури.

У якості таких резервів доцільно розглядати:

– впровадження у бізнес-структурах системи управління за цілями (це передбачає, що цілі загальноорганізаційні розподіляються на декілька більш дрібних цілей окремих структурних компонентів бізнес-структури, які своєю чергою трансформуються в цілі підрозділів учасників бізнес-структури, а далі — розподіляються між конкретними виконавцями. Водночас цілі діяльності виконавців повинні бути чіткими і узгодженими з цілями їхніх керівників. Внаслідок цього формується цільова ієрархія бізнес-структури, у якій досягнення цілей кожним із виконавців є передумовою реалізації цілей або системи цілей бізнес-структури загалом. Система управління за цілями успішно і добре апробована в Німеччині. Так, за дослідженнями науковця [14] у німецьких компаніях управління за цілями передбачає «... спільну участь у наглядових радах фірм представників капіталу й найманої праці; існування «робітника–директора»; виробничі ради на підприємствах, які складаються з робітників. Останні створюються на підприємствах, що мають не менше 5 постійних найманих працівників з правом голосу (вік — понад 18 років, стаж роботи — не менше 6 місяців). При цьому роботодавці зобов'язані надавати найманим працівникам і раді підприємства відповідну інформацію, приймати від них запити та пропозиції, вивчати й ураховувати думку ради підприємства з питань соціально-економічного розвитку останнього. ...» [14, с. 126–127] (Л. Пащенко). Використання «управління за цілями» за останні 45 років не тільки поширювалося і змінювалося, а й значною мірою удосконалювалося. Відомі 3-и основні періоди у практичній реалізації цієї концепції [15, с. 180; 16]: 1-й

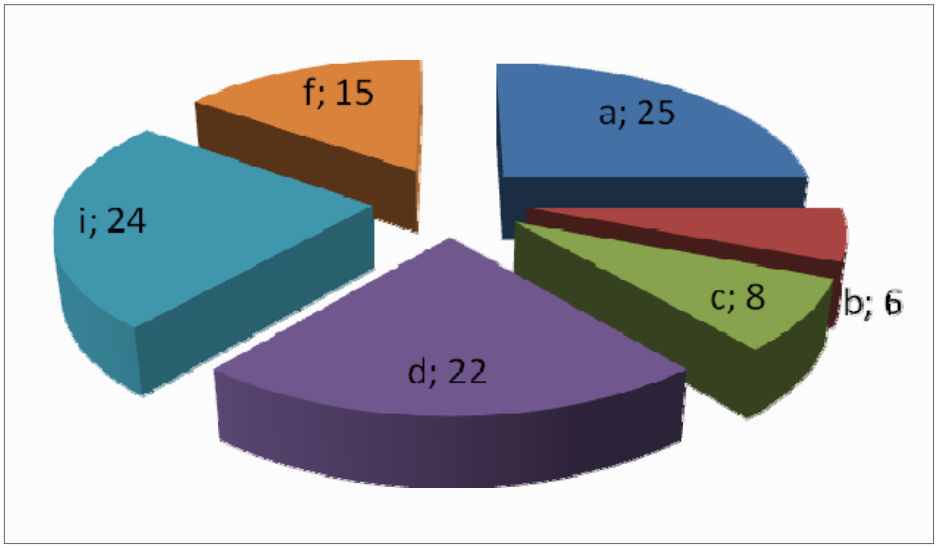


Рис. 5. Результати експертного опитування щодо характеру впливу чинників (a, b, c, d, i, f) на досліджуваний об'єкт, %

період — управління за цілями застосовувалося як метод оцінювання ефективності і результативності окремих виконавців через призму спільних критеріїв для запланованих робіт; 2-й період — застосування управління за цілями як методу планування і контролю, а оцінювання результативності розглядалося як важливий елемент управління всією бізнес-структурою; 3-ій період — використання концепції управління за цілями як інтегрованого процесу управління бізнес-структурою на основі децентралізованого підходу. Як показують дослідження, сьогодні деякі бізнес-структури успішно продовжують використовувати цю концепцію, демонструючи переваги узгодження цілей на всіх рівнях ієрархії управління бізнес-структури);

– посилення програм підвищення кваліфікації суб'єктів управління (реалізація цього заходу спрямована на те, щоб суб'єкти, які виконують функцію моніторингу діяльності бізнес-структур, перманентно набували нових компетентностей (загальних, спеціальних) щодо

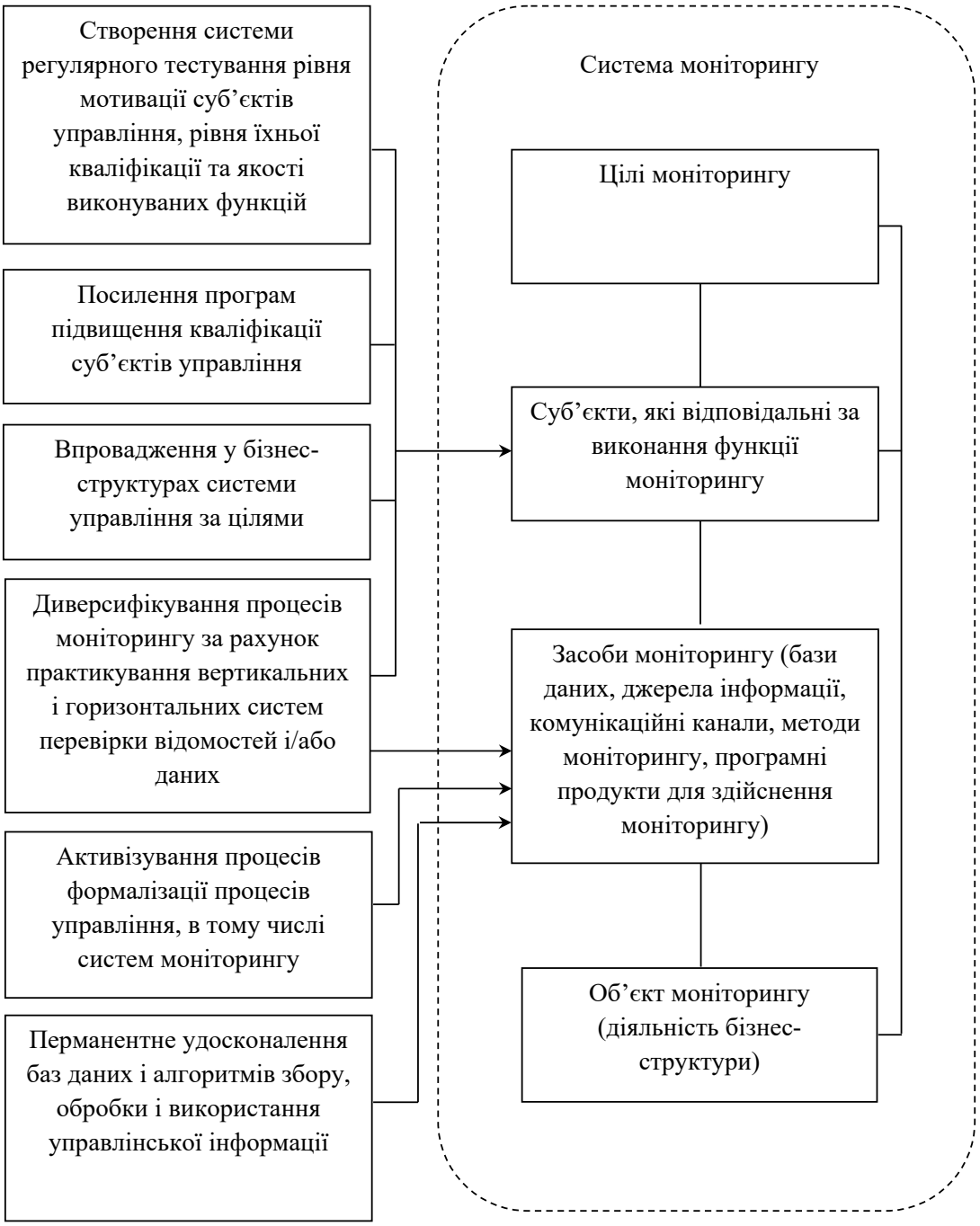


Рис. 6. Механізм комплексу заходів, спрямованих на використання резервів для покращання якості моніторингу діяльності бізнес-структури

залучення, обробки і використання управлінської інформації в професійній діяльності. Програми підвищення кваліфікації мають бути спрямованими на: ознайомлення і освоєння менеджерами бізнес-структури сучасних інформаційних систем і технологій; знання і розуміння сучасних тенденцій, потенційних проблем щодо роботи з ринковою і корпоративною інформацією. «... Сучасний підхід до підготовки та перепідготовки трудового потенціалу, який використовується в американських корпораціях, характеризується різноманітністю змісту, форм і методів роботи, зростанням професійного рівня спеціалістів служб управління людськими ресурсами, підвищенням питомої ваги коштів, які витрачаються на ці цілі, застосуванням новітніх інформаційних технологій. Витрати американських компаній на перепідготовку та підвищення кваліфікації персоналу становлять до 5% прибутку не враховуючи державних дотацій. ... Перепідготовка та підвищення кваліфікації працівників здійснюється за такими формами: короткотермінові курси при школах бізнесу, вечірні курси для навчання середньої та вищої ланки менеджменту, американські асоціації менеджменту, внутріфірмові курси підвищення кваліфікації для нижчої та середньої ланки керівництва, центри підвищення кваліфікації при коледжах. Дослідження свідчать, що у США освіта трудового потенціалу країни стала найдинамічнішим сектором усієї освітньої структури. Боротьба за освіченого працівника набула досить стійкого характеру. Приблизно третина працівників виробництва (29 млн. чол.) вчаться у США постійно. ...» (В. Васильченко, А. Гриненко, О. Грішнова, Л. Керб) [17]);

– створення системи регулярного тестування рівня мотивації суб'єктів управління, рівня їхньої кваліфікації та якості виконуваних функцій (реалізація цього заходу є доволі складним завданням, проте, якщо в бізнес-структурі впроваджено систему управління за цілями, то цей захід можна застосувати, і досить ефективно. Це передбачатиме створення відповідної команди аналітиків і експертів, які розроблятимуть тести для виявлення рівня мотивації (на практиці поширеними є системи індивідуального тестування мотивації А. Реана, А. Меграбяна, Т. Елерса, М. Магомеда-Емінова та інших), застосовуватимуть їх, формуватимуть базу відомостей і даних за результатами тестування, виявлятимуть явища і тенденції у трудовому колективі щодо зміни рівня і характеру мотивації, а також розроблятимуть відповідні рішення щодо посилення зацікавленості працівників у покращанні результатів діяльності [18; 19]. Від рівня мотивації професійної діяльності працівників (керівників й підлеглих) залежить успіх бізнес-структури загалом. Тільки правильно мотивовані люди здатні досягати високих результатів у вибраній сфері, у відповідний час, при певних умовах. Менеджери (керівники) бізнес-структур повинні знати рівень мотивації до роботи своїх співробітників (підлеглих) як нових, так і тих, хто пропрацював у компанії вже багато років. Оцінкою рівня і питаннями індивідуальної мотивації кожного працівника бізнес-структури повинен займатися HR-менеджер. Це дозволить підвищити загальну ефективність та результативність діяльності кожного працівника, і тим самим підвищить рівень успіху бізнес-структури. Дослідження у цій галузі доводять, що рівень мотивації безпосередньо залежить від того, наскільки високою є посада працівника. Особи, які займають високу посаду, розуміють, що від них багато залежить, вони звикли робити свою роботу на високому рівні та постійно вживати заходів для покращення своїх професійних навичок тощо. Бізнес-структура, працівники якої правильно мотивовані, завжди досягає високого рівня розвитку і успіху [18]);

– активізування процесів формалізації процесів управління, в тому числі систем моніторингу (формалізація процесів управління є ознакою розвитку системи менеджменту бізнес-структури. Процеси формалізації можуть супроводжуватись формуванням відповідних наказів, інструкцій, положень тощо, або формуватись як традиції, неписані правила в організації. Щоправда другий з наведених варіантів більше притаманний компаніям так званого «сімейного типу», де управлінський досвід передається з покоління у покоління. Сьогодні у великих бізнес-структурах формалізація управлінських процесів прописана наказами, посадовими інструкціями, положеннями про структурні підрозділи та іншою управлінською документацією. Це дозволяє моделювати управлінські процеси, алгоритмізувати їх, автоматизувати інформаційне забезпечення системи менеджменту бізнес-структури тощо. В контексті цього, А. Панкін [20] слушно стверджує, що: «... формалізація в організації тісно пов'язана з популярними в даний час поняттями реструктуризації, реінжинірингу та реорганізації. Однак, незважаючи на близькість цих понять між собою, вони містять у собі також чіткі відмінності

принципового характеру. Поняття формалізації в організації можна розглядати з погляду суті та результату цього явища. Область застосування формалізації в організації складається з проектування організаційних структур; опису, оптимізації та автоматизації бізнес-процесів; створення організаційних нормативів; автоматизації комунікації. Використання формалізації в організації дозволяє підвищити організаційну ефективність, що може бути виражено у структуруванні роботи, виключенні дублювання функцій, виключенні зайвих виробничих ланок, автоматизації обробки інформації» (пер. з рос. мови) [20]);

– диверсифікування процесів моніторингу за рахунок практикування вертикальних і горизонтальних систем перевірки відомостей і/або даних (тут йдеться про застосування вертикального і горизонтального контролю (попереднього, поточного та завершального) діяльності бізнес-структури. «... Контроль в інтеграції з функціями планування, обліку та аналізу створює інформаційні можливості для життєдіяльності управлінського циклу. Останнє є визначальним при розгляді місця й ролі внутрішнього контролю в управлінні фінансово-господарською діяльністю ... підприємства. Значення контролю значно зростає там, де контрольні елементи введено в обов'язки відділу внутрішнього контролю, — виникає можливість здійснення оперативного контролю, усунення виявлених відхилень і досягнення поставлених цілей» [21, с. 10] (Г. Головчак). Така диверсифікація моніторингу дозволяє значно знизити рівень суб'єктивізму під час проведення моніторингу, а також значно посилює рівень корпоративної відповідальності суб'єктів управління);

– перманентне удосконалення баз даних і алгоритмів збору, обробки і використання управлінської інформації (у XXI ст. темпи інформатизації та діджиталізації бізнесу настільки стрімкі, що бізнес-структури не мають шансів успішно функціонувати і конкурувати на ринку, якщо вони не будуть перманентно удосконалювати існуючі свої або впроваджувати нові інформаційні системи та технології. Основними напрямками удосконалення є швидкість і ефективність отримання, обробки і передачі інформації (відомостей і/або даних), місткість і диверсифікованість баз даних, наявність специфікацій з вбудованими алгоритмами використання даних, полегшення доступу до ресурсів, розширення комунікаційних можливостей, безпека використання і зберігання даних, зниження витрат на технічні засоби і програмні продукти тощо. В українських реаліях сьогодення проблема постійного удосконалення інформаційного забезпечення суб'єктів, які відповідальні за моніторинг, супроводжується зростанням витрат на придбання нових програмних продуктів, їх освоєння та впровадження. Значною мірою це пов'язано також із тим, що стрімке зростання IT-індустрії в Україні супроводжується постійною недостатністю кваліфікованих кадрів у цьому напрямі. Це сприяє тенденції росту зарплат розробників і тестувальників програмних продуктів і, як наслідок, зростанню цін на кінцеві продукти. Отож, застосування даного заходу є вкрай необхідним, але досить дорогим задоволенням, яке потребує чіткого розрахунку ефективності інвестицій, здійснених у IT-технології [22–29]).

Запровадження комплексу заходів, спрямованих на використання резервів для покращання якості моніторингу діяльності бізнес-структур дозволить системі моніторингу зосередити аналітичний потенціал менеджерів на проблемних аспектах розвитку бізнес-структури, причини яких лежать у їхньому зовнішньому середовищі. Необхідним є досягнення такої якості моніторингу, за якої характер дії виокремлених чинників на досліджуваний об'єкт за замовчуванням є позитивним.

Висновки. Виконані дослідження дозволяють стверджувати, що якість моніторингу діяльності бізнес-структури суттєво залежить від низки чинників внутрішнього середовища бізнес-структури. Інформація про зміст і характер цих чинників, зв'язки між ними, а також їх відносна значущість є важливою для забезпечення сприятливого внутрішнього середовища бізнес-структури в контексті досягнення оптимальної якості системи моніторингу. Враховуючи це, на основі застосування інструментарію кластерного аналізу і графічного методу побудовано інтегровану модель зв'язків між чинниками, які впливають на формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур, а також представлено механізм комплексу заходів, спрямованих на використання резервів для покращання якості моніторингу діяльності бізнес-структури. Практичне застосування побудованої моделі і механізму є прикладним методичним інструментарієм для управління якістю моніторингу бізнес-структур.

Література

1. Князь С. В., Скриньковський Р. М., Русин-Гриник Р. Р., Коновалюк І. В., Павленчик Н. Ф. Визначення цілей системи моніторингу діяльності бізнес-структури // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. № 5. doi: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-5-8007

2. Жадько К. С. Практичні основи побудови і інструментарій моделей моніторингу, діагностики і контролю діяльності підприємств // Ефективна економіка. 2014. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_2_80 (дата доступу: 10.05.2022).

3. Kucher L., Kniaz S., Pavlenko O., Holovina O., Shayda O., Franiv I., Dzvonyk V. Development of Entrepreneurial Initiatives in Agricultural Business: A Methodological Approach // European Journal of Sustainable Development. 2021. № 10(2). P. 321–335. doi: https://doi.org/10.14207/ejsd.2021.v10n2p321

4. Скриньковський Р. М., Процюк Т. Б., Леськів С. Р. Моніторинг фінансової, виробничої, маркетингової і продуктової сфер діяльності та експрес-діагностика матеріально-технічного забезпечення підприємства // Бізнес Інформ. 2015. № 10. С. 250–256.

5. Українська Л. О., Рябик Г. Є. Організація моніторингу конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємства // Проблеми економіки. 2012. № 4. С. 151–157.

6. Jalali A., Johannesson P. Multi-perspective Business Process Monitoring // Lecture Notes in Business Information Processing. 2013. № 147. P. 199–213. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-642-38484-4_15

7. Kusari S., Hoeffler S., Iacobucci D. Trusting and Monitoring Business Partners throughout the Relationship Life Cycle // Journal of Business-to-Business Marketing. 2013. № 20(3). P. 119–138. doi: https://doi.org/10.1080/1051712x.2012.757716

8. Lind P. Monitoring Business Performance: Models, Methods, and Tools (1st ed.). New York: Routledge, 2014. doi: https://doi.org/10.4324/9780203694220

9. Miller S. K. Legal monitoring for the private business // Business Horizons. 2001. № 44(5). P. 53–60. doi: https://doi.org/10.1016/s0007-6813(01)80061-6

10. Wetzstein B., Leitner P., Rosenberg F., Brandic I., Dustdar S., Leymann F. Monitoring and Analyzing Influential Factors of Business Process Performance // 2009 IEEE International Enterprise Distributed Object Computing Conference. 2009. P. 141–150. doi: https://doi.org/10.1109/EDOC.2009.18

11. Кононова І. В. Методичний підхід до моніторингу чинників середовища соціально-економічної системи // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2016. Вип. 22. С. 9–12.

12. Лапач С. Н., Чубенко А. В., Бабич П. Н. Статистика в науке и бизнесе. Київ, МОРИОН. 2002. 639 с.

13. Князь С. В., Скриньковський Р. М., Коновалюк І. В., Русин-Гриник Р. Р. Вибір джерел отримання інформації і методів моніторингу діяльності бізнес-структури // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. № 6. doi: https://doi.org/10.25313/2520–2294–2022–6–8029

14. Пащенко Л. В. Запровадження зарубіжного досвіду управління трудовим потенціалом у будівництві в Україні // Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2012. Вип. 28. С. 121–128. URL: http://ways.knuba.edu.ua/article/view/200187 (дата доступу: 10.05.2022).

15. Шершньова З. Є. Стратегічне управління (2-ге вид., перероб. і доп.). Київ: КНЕУ, 2004. 699 с. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/18893/Shershneva_Z.pdf?sequence=3&isAllowed=y (дата доступу: 10.05.2022).

16. Синк Д. С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение: Пер. с англ. Москва: Прогресс, 1989. 528 с. URL: http://lib.ysu.am/open_books/208689.pdf (дата доступу: 10.05.2022).

17. Васильченко В. С., Гриненко А. М., Грішнова О. А., Керб Л. П. Управління трудовим потенціалом. Київ: КНЕУ, 2005. 403 с. (7.2.3. Система професійної освіти та професійної підготовки в розвинутих країнах). URL: https://buklib.net/books/33203/ (дата доступу: 10.05.2022).

18. Влияние мотивации на компанию / Как тестирование мотивации персонала увеличит успех компании. URL: https://trv-science.ru/2020/07/kak-testirovanie-motivacii-personala-uvelichit-uspex-kompanii/ (дата доступу: 10.05.2022).

19. Скриньковський Р. М., Харук К. Б., Максимчук Я. С. Діагностика підприємства у сферах професійної освіти, трудової активності та мотивації, інноваційної праці та соціального розвитку // Бізнес Інформ. 2015. № 8. С. 282–288.

20. Панкин А. Формализация управления в организации: повышение организационной эффективности через организационные изменения // Менеджмент сегодня. 2002. № 3. С. 44–49. URL: https://grebennikon.ru/article-S2B5.html (дата доступу: 10.05.2022).

21. Головчак Г. В. Організація внутрішнього контролю діяльності житлово-комунальних підприємств України // Наукові записки (Українська академія друкарства). 2007. № 2(12). С. 9–20. URL: http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-12/4.pdf (дата доступу: 10.05.2022).

22. Скриньковський Р. М., Максимчук Я. С., Харук К. Б. Діагностика економічної стійкості підприємства і роль інформації та комунікації в контексті стійкості динамічної рівноваги, функціонування і розвитку // Проблеми економіки. 2015. № 3. С. 162–168.

23. Нога І. М., Скриньковський Р. М., Павловські Г. Діагностика ефективності застосування інформаційних технологій в управлінні підприємствами // Бізнес Інформ. 2016. № 9. С. 241–245.

24. Skrynkovskyy R. M. An IT Audit as a Tool for Strategic Enterprise Management // The Problems of Economy. 2018. № 1. P. 231–236.

25. Skrynkovskyy R. M. Diagnosing the Maturity Level of IT Processes at the Enterprise // Business Inform. 2018. № 4. P. 377–383.

26. Skrynkovskyy R. M., Sopilnyk L. I., Tsyuh S. I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // Business Inform. 2020. № 4. P. 191–199. doi: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199

27. Barmuta K. A., Akhmetshin E. M., Andryushchenko I. Y., Tagibova A. A., Meshkova G. V., Zekiy A. O. Problems of business processes transformation in the context of building digital economy // Entrepreneurship and Sustainability Issues. 2020. № 8(1). P. 945–959. doi: https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(63)

28. Kraus K., Kraus N., Manzhura O. Digitalization of Business Processes of Enterprises of the Ecosystem of Industry 4.0: Virtual-Real Aspect of Economic Growth Reserves // WSEAS Transactions on Business and Economics. 2021. № 18. P. 569–580. doi: https://doi.org/10.37394/23207.2021.18.57

29. Kerpedzhiev G. D., König U. M., Röglinger M., Rosemann M. An Exploration into Future Business Process Management Capabilities in View of Digitalization // Business & Information Systems Engineering. 2020. № 63(2). P. 83–96. doi: https://doi.org/10.1007/s12599-020-00637-0

References

1. Kniaz S. V., Skrynkovskyy R. M., Rusyn-Hrynyk R. R., Konovalyuk I. V., & Pavlenchyk N. F. (2022). Determining the objectives of the system of monitoring the activities of business structures // International Scientific Journal "Internauka". Series: "Economic Sciences", 5 (in Ukrainian). doi: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-5-8007

2. Zhadko K. S. (2014). Practical foundations for building and tools for models of monitoring, diagnostics and control of activity of the enterprises // Efektyvna ekonomika, 2 (in Ukrainian). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_2_80 (Date accessed: 10.05.2022).

3. Kucher L., Kniaz S., Pavlenko O., Holovina O., Shayda O., Franiv I., & Dzvonyk V. (2021). Development of Entrepreneurial Initiatives in Agricultural Business: A Methodological Approach // European Journal of Sustainable Development, 10(2), pp. 321–335. doi: https://doi.org/10.14207/ejsd.2021.v10n2p321

4. Skrynkovskyy R. M., Protsiuk T. B., & Leskiv S. R. (2015). Monitoring the Financial, Production, Marketing and Product Areas of Activity, and Instant Diagnosis of Material Support of Enterprise // Business Inform, 10, pp. 250–256 (in Ukrainian).

5. Ukrainska L. O., & Riabyk H. Ye. (2012). The Organization of Monitoring of Competitive Advantages and Competitiveness of the Enterprise // The Problems of Economy, 4, pp. 151–157 (in Ukrainian).

6. Jalali A., & Johannesson P. (2013). Multi-perspective Business Process Monitoring // Lecture Notes in Business Information Processing, 147, pp. 199–213. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-642-38484-4_15

7. Kusari S., Hoeffler S., & Iacobucci D. (2013). Trusting and Monitoring Business Partners throughout the Relationship Life Cycle // Journal of Business-to-Business Marketing, 20(3), pp. 119–138. doi: https://doi.org/10.1080/1051712x.2012.757716

8. Lind P. (2014). Monitoring Business Performance: Models, Methods, and Tools (1st ed.). New York: Routledge. doi: https://doi.org/10.4324/9780203694220

9. Miller S. K. (2001). Legal monitoring for the private business // Business Horizons, 44(5), pp. 53–60. doi: https://doi.org/10.1016/s0007-6813(01)80061-6

10. Wetzstein B., Leitner P., Rosenberg F., Brandic I., Dustdar S., & Leymann F. (2009). Monitoring and Analyzing Influential Factors of Business Process Performance // 2009 IEEE International Enterprise Distributed Object Computing Conference, pp. 141–150. doi: https://doi.org/10.1109/EDOC.2009.18

11. Kononova I. V. (2016). The methodical approach to the monitoring of environmental factors of socio-economic system // International Humanitarian University Herald. Economics and Management, 22, pp. 9–12 (in Ukrainian).

12. Lapach S. N., Chubenko A. V. & Babich P. N. (2002). Statistics in science and business. Kyiv, MORION, 640 p. (in Russian).

13. Kniaz S. V., Skrynkovskyy R. M., Konovalyuk I. V., & Rusyn-Hrynyk R. R. (2022). Selection of sources of information and methods for monitoring the activities of a business structure // International Scientific Journal "Internauka". Series: "Economic Sciences", 6 (in Ukrainian). doi: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-6-8029

14. Pashchenko L. V. (2012). Introduction of foreign experience in labor potential management in construction in Ukraine // Ways to Improve Construction Efficiency, 28, pp. 121–128 (in Ukrainian). URL: http://ways.knuba.edu.ua/article/view/200187 (Date accessed: 10.05.2022).

15. Shershnova Z. Ye. (2004). Strategic Management (2nd ed., revised and added). Kyiv: KNEU, 699 p. (in Ukrainian). URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/18893/Shershneva_Z.pdf?sequence=3&isAllowed=y (Date accessed: 10.05.2022).

16. Sink D. S. (1989). Performance management: planning, measuring and evaluating, monitoring and improving. Moskva: Progress, 528 p. (in Russian). URL: http://lib.ysu.am/open_books/208689.pdf (Date accessed: 10.05.2022).

17. Vasylchenko V. S., Hrynenko A. M., Hrishnova O. A., & Kerb L. P. (2005). Labor potential management. Kyiv: KNEU, 403 p. (7.2.3. The system of vocational education and vocational training in developed countries) (in Ukrainian). URL: https://buklib.net/books/33203/ (Date accessed: 10.05.2022).

18. The impact of motivation on the company / How testing staff motivation will increase the success of the company (in Russian). URL: https://trv-science.ru/2020/07/kak-testirovanie-motivacii-personala-uvelichit-uspex-kompanii/ (Date accessed: 10.05.2022).

19. Skrynkovskyy R. M., Kharuk K. B., & Maksymchuk I. S. (2015). Diagnostics of Enterprise in the Areas of Vocational Education, Employment Activity and Motivation, Innovative Labor and Social Development // Business Inform, 8, pp. 282–288 (in Ukrainian).

20. Pankin A. (2002). Formalization of management in the organization: increasing organizational efficiency through organizational changes // Management Today, 3, pp. 44–49 (in Russian). URL: https://grebennikon.ru/article-S2B5.html (Date accessed: 10.05.2022).

21. Holovchak H. V. (2007). Organization of internal control of the activities of housing and communal enterprises of Ukraine // Scientific Papers (Ukrainian Academy of Printing), 2(12), pp. 9–20 (in Ukrainian). URL: http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-12/4.pdf (Date accessed: 10.05.2022).

22. Skrynkovskyy R. M., Maksymchuk I. S., & Kharuk K. B. (2015). Diagnostics of the Enterprise Economic Security and the Role of Information and Communication in the Context of Sustainability of Dynamical Equilibrium, Operation and Development // The Problems of Economy, 3, pp. 162–168 (in Ukrainian).

23. Noga I. M., Skrynkovskyy R. M., & Pawlowski G. (2016). The Diagnostics of Efficiency of Applying Information Technology in the Management of Enterprises // Business Inform, 9, pp. 241–245 (in Ukrainian).

24. Skrynkovskyy R. M. (2018). An IT Audit as a Tool for Strategic Enterprise Management // The Problems of Economy, 1, pp. 231–236.

25. Skrynkovskyy R. M. (2018). Diagnosing the Maturity Level of IT Processes at the Enterprise // Business Inform, 4, pp. 377–383.

26. Skrynkovskyy R. M., Sopilnyk L. I., & Tsyuh S. I. (2020). Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // Business Inform, 4, pp. 191–199. doi: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199

27. Barmuta K. A., Akhmetshin E. M., Andryushchenko I. Y., Tagibova A. A., Meshkova G. V., & Zekiy A. O. (2020). Problems of business processes transformation in the context of building digital economy // Entrepreneurship and Sustainability Issues, 8(1), pp. 945–959. doi: https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(63)

28. Kraus K., Kraus N., & Manzhura O. (2021). Digitalization of Business Processes of Enterprises of the Ecosystem of Industry 4.0: Virtual-Real Aspect of Economic Growth Reserves // WSEAS Transactions on Business and Economics, 18, pp. 569–580. doi: https://doi.org/10.37394/23207.2021.18.57

29. Kerpedzhiev G. D., König U. M., Röglinger M., & Rosemann M. (2020). An Exploration into Future Business Process Management Capabilities in View of Digitalization // Business & Information Systems Engineering, 63(2), pp. 83–96. doi: https://doi.org/10.1007/s12599-020-00637-0

УДК 339.9

Румянцев Анатолій Павлович
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національний авіаційний університет
Румянцев Анатолий Павлович
доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры международных экономических отношений и бизнеса
Национальный авиационный университет
Rumiantsev Anatolii
Doctor of Economics, Professor
National Aviation University
ORCID: 0000-0002-7531-654X

Балабанова Галина Петрівна
кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національний авіаційний університет
Балабанова Галина Петровна
кандидат философских наук, доцент,
доцент кафедры международных экономических отношений и бизнеса
Национальный авиационный университет
Balabanova Galyna
Candidate of Philosophy Sciences, Associate Professor
National Aviation University
ORCID: 0000-0002-6492-5497

Ковбич Тетяна Костянтинівна
аспірант кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національного авіаційного університету
Ковбич Татьяна Константиновна
аспирант кафедры международных экономических отношений и бизнеса
Национального авиационного университета
Kovbych Tetiana
Postgraduate Student of the
National Aviation University
ORCID: 0000-0001-8543-9386

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8138

ГЛОБАЛЬНІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ

ГЛОБАЛЬНЫЕ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ РАБОЧЕЙ СИЛЫ

GLOBAL AND REGIONAL TRENDS OF THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL MIGRATION OF LABOUR FORCE

***Анотація**. У статті розглядаються сучасні глобальні та регіональні тенденції розвитку міжнародної міграції робочої сили. Визначається діалектичний зміст взаємозв'язку глобалізації та регіоналізації, суттєві риси їх генезису та фактори розвитку охоплених ними міжнародних міграційних потоків. Виокремлено основні еволюційні тенденції міжнародної міграції робочої сили. Зокрема, враховуючи вплив глобалізації та регіоналізації на всі сторони функціонування світових еміграційних процесів, можна виокремити наступні сучасні тенденції розвитку міжнародної міграції робочої сили, а саме: відбувається планетарна міжнародна міграція, що охоплює всі країни світового співтовариства; превалюючим вектором розвитку міжнародної міграції робочої сили є поповнення емігрантами ринків праці промислово розвинутих країн від менш економічно розвинутих; посилюється перелив кваліфікованих кадрів між розвинутими країнами; в умовах розширення процесу регіоналізації відбувається рух міграційних потоків як між окремими регіонами світового господарства, так і в межах останніх; в межах співпраці ЄС з країнами-кандидатами в члени ЄС постійно використовуються як традиційні так і нові форми міжнародної міграції робочої сили; постійно діють традиційні форми міжнародної міграції робочої сили між країнами окремих регіонів, зокрема ЄС; формуються передумови для становлення нових форм міжнародної міграції робочої сили, зокрема міграції науково-технічних кадрів; особливістю сучасних міграційних потоків є важливе їх наповнення активною молодою складовою працівників, перш за все, які володіють навиками здійснення цифрових операцій; набувають дедалі більшого розширення масштаби незаконних міграційних потоків до країн західної Європи, перш за все тих, які є членами ЄС; найбільш суттєвою та пріоритетною тенденцією сучасного розвитку міжнародної міграції робочої сили є всезростаюче її охоплення процесам діджиталізації, що знаходить свій прояв у переважному залученні висококваліфікованих фахівців, працівників ІКТ-сектору, фахівців з вищою освітою до індустріально розвинутих країн, що пов'язано з формуванням ефективних умов для швидкого нарощування та посилення їх міжнародної конкурентоспроможності; під впливом необхідності більш повного використання сучасних досягнень 4 індустріальної революції набуває подальшого розвитку та зростають обсяги мігрантів у міжнародній науково-технічній сфері; відбувається постійне зростання масштабів відтоку інтелектуального капіталу з країн, що розвиваються до промислово розвинутих держав, носіями якого є найбільш висококваліфіковані працівники, що як правило отримали вищу освіту та відповідну підготовку у себе на батьківщині. В якості важливої регіональної тенденції розвитку міжнародної міграції робочої сили на теренах західної Європи досліджені особливості співпраці в цьому напрямі України та ЄС в умовах агресії РФ проти нашої держави.*

***Ключові слова:** глобалізація, регіоналізація, міжнародна міграція робочої сили, ринок праці Європейського Союзу, діджиталізація.*

***Аннотация.** В этой статье рассматриваются современные глобальные и региональные тенденции развития международной миграции рабочей силы. Определяется диалектическое содержание взаимосвязи глобализации и регионализации, существенные черты их генезиса и факторы развития охваченных ими международных миграционных потоков. Выделены основные эволюционные тенденции международной миграции рабочей силы. В частности, учитывая влияние глобализации и регионализации на все стороны функционирования мировых эмиграционных процессов, можно выделить следующие современные тенденции развития международной миграции рабочей силы, а именно: происходит планетарная международная миграция, охватывающая все страны мирового сообщества; превалирующим вектором развития международной миграции рабочей силы является пополнение эмигрантами рынков труда промышленно развитых стран от менее экономически развитых; усиливается перелив обученных кадров меж развитыми странами; в условиях расширения процесса регионализации происходит движение миграционных потоков как между отдельными регионами мирового хозяйства, так и в пределах последних; в рамках сотрудничества ЕС со странами-кандидатами в члены ЕС постоянно используются как традиционные, так и новые формы международной миграции рабочей силы; постоянно действуют традиционные формы международной миграции рабочей силы между странами отдельных регионов, в частности, ЕС; формируются предпосылки для становления новых форм международной миграции рабочей силы, в частности, миграции научно-технических кадров; особенностью современных миграционных потоков является важное их наполнение активной молодой составляющей работников, прежде всего обладающих навыками осуществления цифровых операций; приобретают все большее расширение масштабы незаконных миграционных потоков в страны западной Европы, прежде всего тех, которые являются членами ЕС; наиболее существенной и приоритетной тенденцией современного развития международной миграции рабочей силы является все возрастающий ее охват процессам диджитализации, что находит свое проявление в преимущественном привлечении высококвалифицированных специалистов, работников ИКТ-сектора, специалистов с высшим образованием в индустриально развитых странах, что связано с формированием для быстрого наращивания и усиления их международной конкурентоспособности; под влиянием необходимости более полного использования современных достижений 4 индустриальной революции приобретает дальнейшее развитие и возрастают объемы мигрантов в международной научно-технической сфере; происходит постоянный рост масштабов оттока интеллектуального капитала из развивающихся стран в промышленно развитые государства, носите-*

лями которого являются наиболее высококвалифицированные работники, как правило, получили высшее образование и соответствующую подготовку у себя на родине. В качестве важной региональной тенденции развития международной миграции рабочей силы в западной Европе исследованы особенности сотрудничества в этом направлении Украины и ЕС в условиях агрессии РФ против нашего государства.

Ключевые слова: *глобализация, регионализация, международная миграция рабочей силы, рынок труда Европейского Союза, диджитализация.*

Summary. *The article examines current global and regional trends in the development of international labor migration. The dialectical content of the relationship between globalization and regionalization, the essential features of their genesis and the factors of development of the international migration flows covered by them are determined. The main evolutionary trends of international labor migration are highlighted. In particular, taking into account the impact of globalization and regionalization on all aspects of the functioning of world emigration processes, the following modern trends in the development of international labor migration can be singled out, namely: planetary international migration is taking place, covering all countries of the world community; the prevailing vector of the development of international labor migration is the replenishment of the labor markets of industrially developed countries by emigrants from less economically developed ones; the overflow of qualified personnel between developed countries is increasing; in the context of the expansion of the regionalization process, migration flows occur both between individual regions of the world economy and within the latter; both traditional and new forms of international labor migration are constantly used within the framework of EU cooperation with candidate countries for EU membership; traditional forms of international labor migration between the countries of certain regions, in particular the EU, are constantly operating; the prerequisites for the formation of new forms of international labor migration, in particular the migration of scientific and technical personnel, are being formed; a feature of modern migration flows is their important filling with an active young component of employees, first of all, who have the skills to perform digital operations; the scale of illegal migration flows to the countries of Western Europe, above all those that are members of the EU, is becoming more and more extensive; the most significant and priority trend in the modern development of international labor migration is its ever-growing coverage of digitalization processes, which is manifested in the preferential attraction of highly qualified specialists, ICT sector workers, specialists with higher education to industrially developed countries, which is connected with the formation of effective conditions for rapid growth and strengthening of their international competitiveness; under the influence of the need for more complete use of modern achievements of the 4th industrial revolution, further development is taking place and the volume of migrants in the international scientific and technical sphere is increasing; there is a constant increase in the scale of the outflow of intellectual capital from developing countries to industrially developed states, the carriers of which are the most highly qualified workers who, as a rule, received higher education and appropriate training in their homeland. As an important regional trend in the development of international labor migration on the territory of Western Europe, the peculiarities of cooperation in this direction between Ukraine and the EU in the conditions of the aggression of the Russian Federation against our country are investigated.*

Key words: *globalization, regionalization, international labor migration, European Union labor market, digitalization.*

Постановка проблеми. Полягає у доцільності дослідження нових чинників інтенсифікації глобальних і регіональних процесів та обґрунтування їх впливу на виникнення сучасних тенденцій розвитку міжнародної міграції робочої сили, ринку праці ЄС і можливостей застосування оптимальних механізмів регулювання цих явищ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В іноземній і вітчизняній науковій літературі існує велика низка досліджень процесів глобалізації, регіоналізації, міжнародної міграції робочої сили, світового ринку праці, спільного ринку праці ЄС. Значний внесок у наукову аргументацію передумов, рушійних сил, особливостей розвитку цих світогосподарських процесів зробили Адамс Дж., Білорус О. Г., Вавріщук Н. Г., Відякіна М. М., Гайдуцький А. П., Курунова Ю. О., Лібанова Е. М., Лук'яненко Д. Г., Маккензі Д., Маршал Р., Мора Дж., Остерхаммел Й., Петерсон Н. П., Рапопорт Г., Рибчук А. В., Річард Х., Стаканов Р. Д., Ступницький О. І., Тейлор Д., Філіпенко А. С., Фрідмен Т. та інші [1–4; 7–10; 12–14; 15; 16; 18; 19; 21–24]. Серед основних досліджуваних вченими проблем у цьому напрямі варто відмітити такі як аналіз регулювання міжнародної трудової міграції на глобальному та регіональному рівні; глобалізації і безпеки розвитку; вітчизняного міграційного капіталу; глобальної виробничої інфраструктури світового господарства; трудової міграції з України до ЄС; історії, теорії та політики міжнародних економічних відносин; міжнародної міграції; епохальності глобалізаційних процесів. Проте, сучасні аспекти взаємодії глобалізації, регіоналізації та міжнародної міграції робочої сили у контексті

існуючих, насамперед, військових, політичних, економічних, науково-технічних процесів цивілізаційного розвитку набувають нагальної потреби у їх всебічному дослідженні.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є дослідження сучасних тенденцій розвитку міжнародної міграції робочої сили, обумовлених інтенсифікацією, розгортанням глобалізаційних і органічно пов'язаних з ними регіональних процесів, притаманних країнам світу та обґрунтування інноваційних напрямів використання еміграційного потенціалу в межах ЄС у період інтернаціональної діджиталізації умов праці.

Виклад основного матеріалу. Однією з основних ознак виникнення та подальшого стрімкого розвитку глобалізації як якісно нової стадії сучасної еволюції людства є те, що вона ґрунтується на існуючому політичному, економічному, науково-технічному, фінансовому, екологічному, соціальному, міжнаціональному рівні функціонування країн світу, і об'єктивно охоплює, проникає та інтегрує всі напрями їх діяльності, та веде до їх формування як цілісної планетарної системи суспільного буття. Міжнародна міграція робочої сили пов'язана з формуванням, уповільненням розвитку націй та держави, є результатом комплексу економічних, політичних, культурних, соціальних та інших чинників та обумовлена різницею доходів в різних країнах, безробіттям, необхідністю пошуку роботи через різні причини (війни, стихійні лиха) [5, с. 79]. Серед причин, що впливають на міграцію, вирізняють неекономічні та економічні. До першої групи включаються політико-правові, релігійні, етнічні (з'єднання сімей і переїзд на історичну батьківщину), екологічні, освітньо-культурні, психологічні чинники. До економічних факторів слід віднести, насамперед, наявність країн із різним рівнем соціально-економічного розвитку, що викликає переміщення робочої сили з бідних країн до країн з високим рівнем життя; стан національного ринку праці й тенденції його розвитку; структурну перебудову економіки, яка супроводжується зростанням потреб у робітниках високої кваліфікації, з одного боку, та наявністю структурного безробіття, з іншого; зростання масштабів міграції капіталу, функціонування ТНК, спільних підприємств, тощо.

В умовах 4 науково-технічної революції значно розширився перелік причин міжнародної міграції: працівники, особливо у високотехнологічних секторах економіки розвинених країн, прагнуть задовольнити потреби самоактуалізації (безперервна реалізація потенційних можливостей, здібностей і талантів). Рівень доходів населення достатньо задовольняє фізіологічні потреби у підтриманні органічних функцій, потреби у безпеці, надійності й захисті, саме тому в особистості є можливість задоволення пізнавальних потреб. При цьому до пізнавальних потреб варто віднести бажання вивчати культурні та соціальні особливості країни, можливість самостійного пізнання країни працевлаштування, що в транснаціональних компаніях є поширеною практикою, яка є одним зі стимулів працевлаштування та переваг роботи в компанії. Якщо в традиційних мотивах висококваліфікованих працівників в межах інтелектуальної міграції («відтік мізків») основними мотивами є високі рівні оплати праці, матеріального добробуту, реалізації талантів, здібностей, набутті фахового досвіду, забезпеченні родині вищого рівня добробуту та перспектив, прагненні до життя в економічно стабільному суспільстві з високим рівнем розвитку медичних та освітніх послуг [14, с. 93], то в умовах динамічної цифровізації пізнавальний мотив є одним з превалюючих для працівників.

В наш час особливої уваги набуває формування світового діджиталізованого ринку праці, який, на наш погляд, в окремих дослідженнях [17, с. 175], достатньо обґрунтовано розглядається як глобальний інтегрований цифровий простір, у межах якого відбувається взаємодія покупців і продавців робочої сили на основі функціонування міждержавного механізму регулювання попиту та пропозиції праці через online-дошки оголошень, сайти з пошуку роботи, веб-портали кадрових агенцій, електронні біржі праці, сайти компаній та соціальні мережі. З визначення випливає, що діджиталізація сприяла формуванню інтегрованого цифрового трудового ринку, в межах якого пришвидшується взаємодія покупців і продавців праці завдяки технологіям на національному та міжнародному рівні. В результаті міграція трудових ресурсів стає більш динамічною.

В економічній літературі [20, с. 84] відмічають важливість міжнародної міграції в контексті глобалізації — розширення, поглиблення та прискорення міжнародних зв'язків в усіх аспектах життя соціуму. В цьому контексті діджиталізація, на нашу думку, сприяє глобалізації та процесам розширення міжнародних економічних відносин, а як наслідок — міграції трудових ресурсів та потенціалу міграції. При цьому «потенціал міграції» у літературі трактується як можливий на певний момент чисельність населення, яка може виїхати з країни проживання за умови збереження значущості та

структури різних чинників. Серед чинників діджиталізація займає одне з провідних місць, особливо серед молоді, адже розширює потенціал міграції саме осіб віком 15–24 роки, для яких характерним є швидкість освоєння нових цифрових навиків.

Важливим орієнтиром діалектичного взаємозв'язку між рухом та масштабами міжнародних міграційних потоків і розгортанням глобалізації може слугувати градація етапів розвитку останньої, яку наприклад, запропонував Т. Фрідмен [16, с. 128], йдеться про такі по часу дії етапи глобалізації як 1.0; 2.0; 3.0 та 4.0. Стосовно виділених етапів глобалізації доцільно, насамперед, простежити специфіку, органічно пов'язані з ними напрямів та обсягів міжнародної міграції робочої сили, в тому числі, і з регіонів України. Так, етап глобалізації 1.0 діяв до 1 світової війни та характеризувався зростанням обсягів зовнішньої торгівлі товарів між країнами світу. Це було, безумовно, також і наслідком руху значних міжнародних міграційних потоків та інтенсивним використанням праці емігрантів. Перший етап глобалізації 1.0 пов'язаний з промисловою революцією, яка відбувалася в Європі в останній третині XVIII — середині XIX століття, внаслідок чого відбулося органічне зростання накопиченого капіталу та утворення «відносного перенаселення», а тому — масову міграцію з Європи до Північної Америки, Австрії, Нової Зеландії. На цьому етапі було започатковано формування світового ринку праці, яке сприяло економічному розвитку в країнах імміграції, адже задовольняло гостру потребу цих країн в трудових ресурсах в умовах високих темпів накопичення капіталу та відсутності резерву залучення робочої сили. Формування світового ринку праці також сприяло колонізації малозаселених районів землі та втягувало в систему світового господарства нових країн. Зокрема, в цей час лише з західних регіонів України до США виїхало понад 200 тис. осіб, а до південної Америки біля 300 тис. чоловік [10, с. 159].

Глобалізація 2.0 відбувалася в межах середини XX століття. ЇЇ суттєвою рисою було широке впровадження у виробництво товарів масового вжитку. В цей час суб'єктами глобалізаційних відносин стають міжнародні організації, у тому числі міжнародна організація праці (МОП) та міжнародна організація з міграції (МОМ), а також спостерігається інтенсифікація з діяльності багатонаціональних підприємств. Цей етап глобалізації пов'язаний з міжнародним переміщенням трудових ресурсів, нагромадження капіталу, через що посилюється нерівномірність цього процесу в рамках світового господарства. Високий рівень передового виробництва та капіталу в розвинених країнах (США, Великобританія тощо) зумовлює підвищений попит на додаткову робочу силу, стимулює імміграцію з менш розвинених країн (відсталих країн Європи, Індії, Китаю тощо). За цих умов змінюється структура та кваліфікаційний склад мігрантів. В цей період з України до США, Канади, Західної Європи та інших країн емігрувало до 400 тис. чоловік [10, с. 159].

Дія глобалізації 3.0, або «гіперглобалізації» охоплює кінець XX та початок XXI століття. Її характеризують швидкий розвиток різноманітних форм міжнародного виробництва, міжнародних виробничих мереж, появою нових форм науково-технічної інтеграції, налагодження прямих зв'язків іноземних партнерів у інноваційній та фінансовій сфері. Суб'єктами міжнародної співпраці стають, безпосередньо, працівники, фахівці, виконавці інформаційних, технологічних та комунікативних замовлень зарубіжних компаній. Основним напрямом української еміграції, в цей час, є виїзд кваліфікованих кадрів. Відбувається відтік інтелектуального потенціалу з нашої країни до США — 52 тис. осіб, Західної Європи- 146 тис, до Ізраїлю- 230 тис. осіб [32].

У наш час відбувається перехід до етапу глобалізація 4.0 ознаками якої, передусім, є роботизація та комп'ютеризація усіх виробничих процесів, значне зростання сфери послуг та її частки у створенні світового ВВП. Так, у промислово розвинутих країнах США, Канади, ЄС і Японії частка послуг у ВВП становить понад 70% [6, с. 20]. Щодо міжнародної міграції робочої сили, то треба відзначити:

- зростання ролі інтелектуальної міжнародної міграції робочої сили;
- формування інтелектуального світового ринку праці;
- зростання діджиталізації в цілому умов праці емігрантів у світовому просторі.

В цілому, цей етап зумовлений науково-технічним прогресом, монополізацією міжнародних ринків праці та капіталу, процесами інтернаціоналізації та інтеграції. Основні риси цього етапу: ріст внутрішньоконтинентальної міграції, зокрема в Європі та Африці, зростання попиту з боку сучасного виробництва на висококваліфіковану робочу силу, інтенсифікація міжнародної інтелектуальної міграції робочої сили і посилення державної та міждержавної трудової міграції.

Характерною ознакою цього етапу слід також вважати сучасну військово-політичну ситуацію

у світі і, зокрема, в нашій країні, яка спричинила масове переселення наших співвітчизників до країн світу. За період з лютого 2022 року по теперішній час до країн світу виїхало понад 7 млн. чоловік з України. За оцінками на основі загальнонаціонального опитування МОМ, з різних регіонів у межах України виїхала така кількість людей: 2 344 936 — схід, 1 936 839 — Київ та область, 1 302 022 — північ, 485 829 — південь, 220 243 — центр, 187 854 — захід. В тому числі до Польщі 2 144 244, до Румунії 555 021, до Молдови 371 104, до Угорщини 324 397, до Словаччини 256 838. Серед них є значна частина переселенців високоінтелектуальних фахівців, що становить майже 7 тисяч осіб. 60% з них заявили, що через російське вторгнення були змушені переїхати в інше місто, зокрема, 46% — мігрували всередині України. Найчастіше переїжджали ІТ-фахівці з Харкова (87%) і Чернігова (89%), а також з Києва (80%). Помітно рідше із Сум — 56%. Близько половини ІТ-фахівців залишили Одесу, Миколаїв, Херсон, Запоріжжя. Із Дніпра через війну виїхало лише 38%. За кордон переїхали 14% опитаних. У Польщу 35%, у Німеччину 10% [24, с. 457].

Для сучасної міграційної ситуації у світі характерним є формування взаємозалежності між промислово розвиненими країнами та країнами, що розвиваються, коли перші надають другим робочі місця і можливість заробітку у своїх країнах, а другі служать постачальником робочої сили, якої потребують розвинені країни. Істотний вплив на потоки міжнародної міграції та грошових переказів надавали такі фактори [11, с. 112]:

– нерівномірне відновлення економічного зростання в розвинених країнах;
– зниження цін на нафту та зміцнення долара по відношенню до деяких національних валют;
– посилення імміграційного контролю в країнах, з яких відправляються значні обсяги грошових переказів мігрантів;
– конфлікти, що призвели до формування потоків вимушеної міграції.

Важливою рисою глобалізаційного розвитку міжнародної міграції робочої сили в наш час є широке впровадження заходів по діджиталізації умов праці емігрантів. Діджиталізація як процес цифрової трансформації економіки та суспільства впливає на переміщення трудових ресурсів як в межах країни, так і в міжнародному масштабі. Розвиток економіки знань та інформаційного суспільства завдяки цифровим технологіям призвів до динамічного розвитку технологічних секторів економіки, проникнення ІКТ у всі галузі, як наслідок — до нових професій, нових форм і способів працевлаштування. Діджиталізація суттєво вплинула на традиційні способи пошуку роботи, найму, умови праці, розширивши потенціал міжнародної міграції робочої сили в окремих секторах економіки. Процеси цифровізації змінили глобальну географію та розподіл праці, закономірності мобільності персоналу та міграції. Мобільність праці суттєво трансформувалася, набуваючи нових якостей завдяки поширенню цифрових технологій по всьому світу. Діджиталізація є важливим фактором сучасної трансформації праці та її мобільності, а тому потребує детального вивчення механізму впливу на потенціал міжнародної міграції робочої сили. Цифрові технології та інфраструктура змінили існуючі робочі місця, створивши нові зміни, які відбуваються з просторовими та часовими перетвореннями і впливають на мобільність робочої сили.

В цілому, враховуючи вплив глобалізації та регіоналізації на всі сторони функціонування світових еміграційних процесів, можна виокремити наступні сучасні тенденції розвитку міжнародної міграції робочої сили, а саме: відбувається планетарна міжнародна міграція, що охоплює всі країни світового співтовариства; превалюючим вектором розвитку міжнародної міграції робочої сили є поповнення емігрантами ринків праці промислово розвинутих країн від менш економічно розвинутих; посилюється перелив кваліфікованих кадрів між розвинутими країнами; в умовах розширення процесу регіоналізації відбувається рух міграційних потоків як між окремими регіонами світового господарства, так і в межах останніх; в межах співпраці ЄС з країнами-кандидатами в члени ЄС постійно використовуються як традиційні так і нові форми міжнародної міграції робочої сили; постійно діють традиційні форми міжнародної міграції робочої сили між країнами окремих регіонів, зокрема ЄС; формуються передумови для становлення нових форм міжнародної міграції робочої сили, зокрема міграції науково-технічних кадрів; особливістю сучасних міграційних потоків є важливе їх наповнення активною молодою складовою працівників, перш за все, які володіють навиками здійснення цифрових операцій; набувають дедалі більшого розширення масштаби незаконних міграційних потоків, до країн західної Європи, перш за все тих, які є членами ЄС; найбільш суттєвою та пріоритетною тенденцією сучасного розвитку міжнародної міграції робочої сили є всезростаюче її охоплення процесам діджиталізації, що знаходить свій прояв у пере-

важному залученні висококваліфікованих фахівців, працівників ІКТ-сектору, фахівців з вищою освітою до індустріально розвинутих країн, що пов'язано з формуванням ефективних умов для швидкого нарощування та посилення їх міжнародної конкурентоспроможності; під впливом необхідності більш повного використання сучасних досягнень 4 індустріальної революції набуває подальшого розвитку та зростають обсяги мігрантів у міжнародній науково-технічній сфері; відбувається постійне зростання масштабів відтоку інтелектуального капіталу з країн, що розвиваються до промислово розвинутих держав, носіями якого є найбільш висококваліфіковані працівники, що як правило отримали вищу освіту та відповідну підготовку у себе на батьківщині.

Розширення міграційних потоків в глобальному масштабі визначають тенденції формування єдиного світового ринку праці. До них можна віднести: взаємозалежність національних економік, що сприяє становленню цілісної системи взаємодіючих національних ринків робочої сили; посилення процесів взаємопроникнення національних ринків праці в єдину світову ринкову екосистему; поширення доступу до єдиного ринкового Інтернет-простору; розширення впливу цифрових компаній, що генерують нові робочі місця; систематичне переміщення висококваліфікованої робочої сили у країни з високим рівнем технологізації, що призводить до поглиблення технологічної спеціалізації в глобальних масштабах; зміна якісних характеристик ринку праці, тобто підвищення вимог до рівня освіти та кваліфікації; зближення культур у процесі трансформації структури цінностей і норм поведінки працівників; зміна способу життя, праці, ставлення до вільного часу, і у зв'язку з цим, діджиталізація форм і способів зайнятості; виникнення системи online-платформ, що сприяють міждержавним трансакціям у сфері праці та зайнятості [14, с. 63].

Характерною тенденцією глобалізації міжнародної міграції робочої сили є швидке зростання масштабів міграційних потоків на регіональному рівні. Передусім, це стосується регіону західної Європи та, безпосередньо, країн Європейського Союзу як якісно вищого рівня інтеграційного угруповання держав світу. Глобалізація, цифровізація економіки та міждержавна регіоналізація значною мірою зумовили інтенсифікацію процесів міжнародної міграції, що, для прикладу, в межах ЄС потребувало інтеграції ринків праці з метою задоволення їх потреб у вільному переміщенні робочої сили. На сьогоднішній день перед багатьма державами світу особливо гостро постає проблема розробки та успішної реалізації політики інтеграції мігрантів. Адже саме інтеграція мігрантів у приймаюче суспільство уможливить повноцінне використання їх людського потенціалу та дозволить запобігти соціальній напруженості й міжнаціональним конфліктам. Проведення ефективної інтеграційної політики необхідне для забезпечення соціально-економічного розвитку і стабільності держав-реципієнтів мігрантів.

У процесі розробки спільної імміграційної політики Рада юстиції та внутрішніх справ прийняла Загальні основні принципи політики інтеграції іммігрантів в ЄС у листопаді 2004 року. Ці загальні 11 принципів інтеграції мігрантів підкреслюють, що інтеграція є динамічним, двостороннім процесом взаємного розміщення всіма іммігрантами та резидентами, і передбачає повагу до основних цінностей ЄС [25]. Інтеграцію мігрантів можна широко визначити як: 1) процес, за допомогою якого мігранти стають прийнятими в суспільство, як окремої особи, так і групи; 2) двосторонній процес адаптації мігрантів і приймаючих суспільств, що передбачає врахування прав та обов'язків мігрантів і приймаючої сторони, суспільства, доступу до різних видів послуг і ринку праці, а також визначення та поваги до основного набору цінностей, які пов'язують мігрантів та приймаючі спільноти спільною метою [30]. Результати інтеграції залежать від багатьох факторів, включаючи країну походження, контекст приймаючої спільноти та рівень кваліфікації іммігрантів.

На сьогодні Європейським Союзом задекларовано трактування інтеграції як динамічного двостороннього процесу взаємного пристосування іммігрантів та громадян країн-членів. Поряд з тим, у державній політиці деяких скандинавських країн (напр., Норвегії) інтеграція етнічних меншин визначається одночасно як мета, і як процес. Тобто інтеграція виступає як ідеальна мета державної політики (якість життя, рівні можливості). Разом з тим, це є процес, який повинні проводити владні структури всіх рівнів шляхом вироблення і реалізації відповідних заходів. Спільним для більшості країн Європи і Скандинавії є розуміння обв'язку і відповідальності приймаючої країни, котра повинна забезпечити іммігрантам можливість брати участь в усіх сферах суспільного життя (економічній, соціальній, громадянській та ін.). Водночас іммігранти повинні бути активними суб'єктами інтеграції, а також поважати фундаментальні норми і цінності приймаючого суспільства, не втрачаючи власної ідентичності.

В умовах діджиталізації та динамічного проникнення технологій у публічно-приватний і суспільний сектор, виникає потреба цифрової інтеграції та формування спільного цифрового простору, який би сприяв вільному переміщенню трудових ресурсів, надання можливості кожному громадянину, незалежно від соціально-демографічних характеристик, можливості потенційного працевлаштування та зайнятості у галузях з високим рівнем доходів. Діджиталізація суттєво розширює потенціал міграції робочої сили, надаючи можливість отримати високі доходи у високотехнологічних, інноваційних галузях. З іншого боку, відсутність регулювання, механізмів захисту зайнятих у таких секторах зумовлює ряд ризиків, пов'язаних з загрозами діяльності у цифровому просторі. Саме тому ЄС формує правові основи функціонування економічних агентів у цифровому середовищі, уніфікуючи базові принципи та цінності для сприяння зайнятості, захисту прав громадян, приватних компаній та урядових установ.

Дефіцит трудових ресурсів ЄС через старіння населення, скорочення народжуваності, зміну вікової структури зумовлював потребу країн-членів у залученні та інтеграції мігрантів у національні ринки праці. Це призвело до створення спільного ринку праці ЄС. Діджиталізація зумовила вирішення проблеми дефіциту трудових ресурсів через автоматизацію робочих місць, розширивши потенціал міжнародної міграції завдяки спрощенню умов праці. Специфіка що притаманна формуванню міграційного потенціалу на спільному ринку праці ЄС наведена в рис. 1.

Міжнародна міграція робочої сили протягом десятиліть була способом подолання дефіциту трудових ресурсів в країнах ЄС у зв'язку з різними причинами, однією з яких є пошук працівниками кращих умов роботи та вищого рівня оплати праці. Незважаючи на відмінності у обсягах та характеристиках наведених потенціалів міграційних потоків, громадяни країн ЄС історично переміщувалися з менш безпечних у більш розвинуті регіони. Економічне зростання, дефіцит трудових ресурсів ринків праці, політична нестабільність, оплата праці є одними з основних факторів європейської міграції.

Особливості потенційної міграції робочої сили завдяки діджиталізації змінюються через розуміння країнами ЄС важливості ІКТ сектору як драйверу економічного росту, який суттєво сповільнився з початку кризи 2008–2009 років. Якщо раніше для громадян інших країн міграція була способом отримання більшого доходу за рахунок переміщення у розвинені країни ЄС, то розвиток ІКТ як драйвер росту стає новим центром тяжіння трудових ресурсів, особливо для громадян, які володіють технологічними і цифровими навиками, які розуміють потенціал отримання вигід від зайнятості у високотехнологічних секторах.

Інтеграція країн ЄС посилилася завдяки розвитку технологій, зумовлюючи потребу країнчленів у вирішенні ряду викликів, які постали через поширення технологій, та вочевидь впливають на міграційні потоки. Для прикладу, ЄС приймає Цифрову стратегію до 2050 року з метою формування єдиного цифрового простору на основі власних стандартів взаємодії економічних агентів з чітким акцентом на даних, цифровій інфраструктурі і технологіях. Починаючи з 2014 року Європейська Комісія зробила ряд заходів для сприяння розвитку економіки, що забезпечує гнучкість даних, таких як Положення про вільний обіг неперсональних даних, Закон про кібербезпеку, Директива про відкриті дані, Загальне положення про захист даних. У 2018 році Європейська Комісія вперше представила стратегію штучного інтелекту та узгодила скоординований план з державамичленами для впровадження етичних стандартів поведінки у цифровому просторі [31].

Діджиталізація зумовила потребу у впровадженні європейських цінностей та стандартів у міжнародний Інтернет-простір для забезпечення основних прав громадян різних країн, таких як захист даних або недискримінація, впровадження принципів технологічності, мережевого нейтралітету та включеності з метою розвитку цифрової екосистеми на основі єдиного цифрового ринку. Цифрова трансформація ЄС відбувається в таких основних напрямках: цифрові навички, цифрова інфраструктура, цифровізація підприємств та державних послуг [26]. Це означає, що діджиталізація неодмінно позначається на міжнародній міграції робочої сили, а розвиток єдиного цифрового ринку ЄС забезпечуватиме захист трудових ресурсів в різних аспектах (безпека та захист даних, розвиток цифрових навиків, надання рівних можливостей працевлаштування для громадян різних країн).

Центральними елементами європейської цифрової стратегії є Закон про цифрові ринки та Закон про цифрові послуги, які гарантують справедливість, прозорість, чесність діяльності приватних онлайн-платформ, що функціонують в межах цифрових ринків, в тому числі цифрового ринку праці [27]. Відтак, Закон про цифрові ринки забезпечує формування справедливого бізнес-середовища для бізнес-користувачів, які пропонують свої по-

слуги (фактично працю) на онлайн-платформах. Єдиний цифровий ринок ЄС передбачає формування мережі електронних (цифрових) навиків (eSkills), в тому числі у країнах Східної Європи [28]. Мережа eSkills зосереджена на розробці та реалізації національних стратегій цифрових навичок у країнах-партнерах Східного партнерства, зокрема шляхом створення національних коаліцій для цифрових робочих місць, беручи до уваги «коаліцію цифрових навичок та робочих місць» ЄС. Ключовими учасниками розвитку мережі є Міністерства, відповідальні за освіту, працю та економічний розвиток країн.

Поряд з трансформацією професійних напрямів емігрантських потоків відбувається зміна їх структури в сторону збільшення висококваліфікованих молодих фахівців. Це зумовлено тим, що мігранти більше не є вихідцями типових слаборозвинених сільських районів, які залучаються як дешева робоча сила з низьким рівнем кваліфікації у масових масштабах на виробництві, промисловості або аграрному секторі. Механізми міграції за останні двадцять років більш складні, зважаючи на структурні зрушення та переважання сервісного сектору в економіці країн ЄС. Впровадження технологій у всі сфери життя зумовило автома-

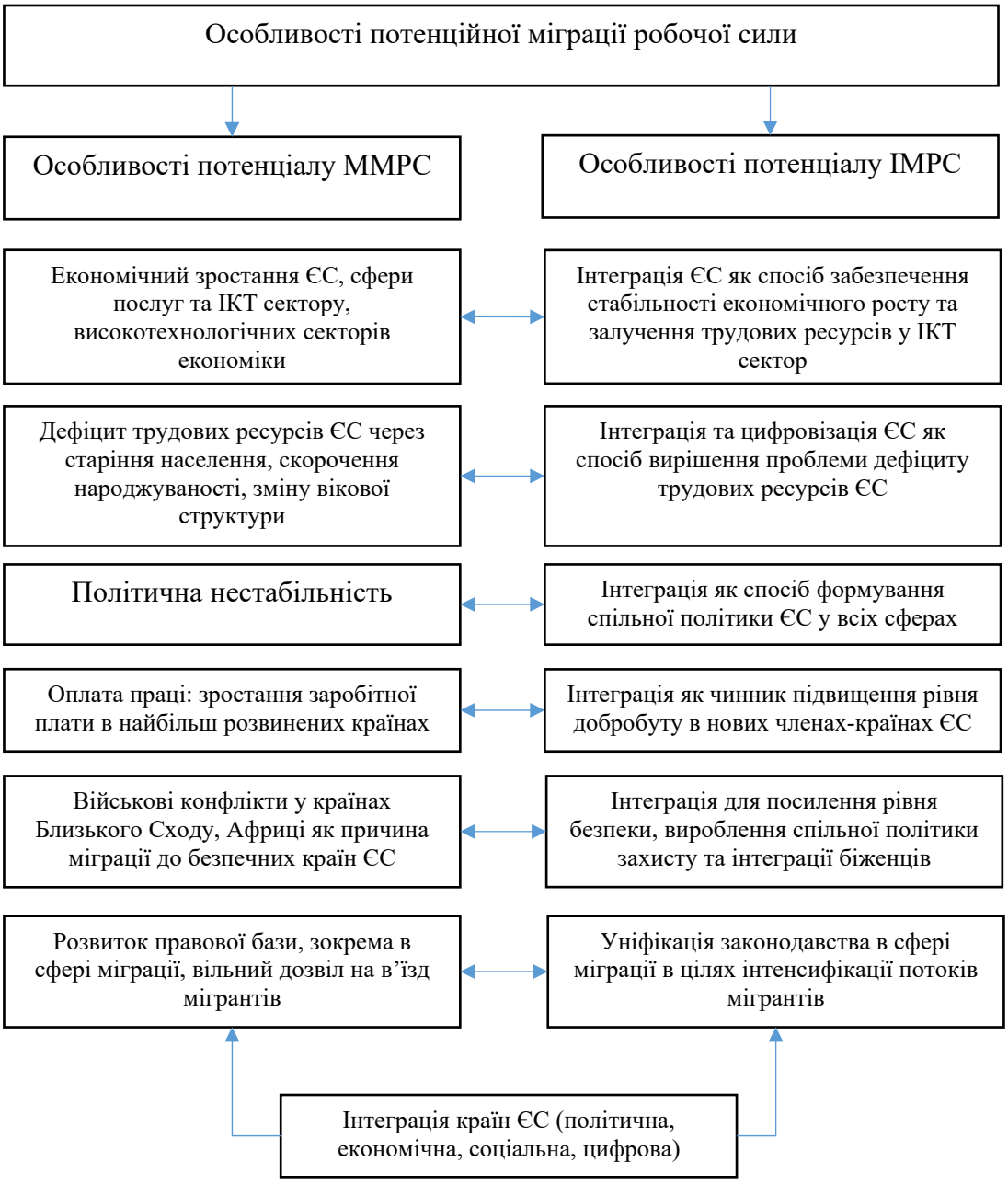


Рис. 1. Особливості потенційної міграції робочої сили в умовах діджиталізації

Джерело: розроблено авторами

тизацію, яка в свою чергу скоротила рівень потреби у класичних робітниках та зумовила ріст потреби на професії у нових підгалузях економіки. Крім того, сучасні міграційні потоки більше не організовані відповідно двостороннім угодам між країнами для задоволення вимог трудомістких секторів економіки. Технологічні інновації та глобалізація, поряд з розвитком національноспецифічних інституційних налаштувань, що регулюють ринки праці у північних країнах, створили набагато складніший ландшафт можливостей та працевлаштування для потенційних мігрантів з південної Європи та інших частин ЄС.

Сьогодні ефективність інтеграції на ринку праці приймаючої країни все більше залежить від відповідності мігранта специфічним вимогам ринку праці окремої країни, зокрема від відповідності його комплексу й набору навиків потребам роботодавців. Відповідно, потенціал працевлаштування некваліфікованих мігрантів скорочується, які найбільш вразливі до збільшення рівня безробіття. Це також зумовлює тиск на високоосвічених працівників, які повинні пристосуватися до специфічних вимог ринку праці завдяки навичкам, високого рівня спеціалізації у нових високотехнологічних галузях європейських економік. Ще одна тенденція — потенційні південні мігранти сьогодні формують групу, менш схильну до міграції, оскільки вони можуть отримувати незначні вигоди у країнах призначення. Остання особливість міграційної структури — наявність великої кількості східноєвропейців на ринку праці північних європейських країн, що являє собою незрозумілу конкуренцію за наявні робочі місця та значно обмежує потенційний попит на працю фахівців південних країн.

Особливістю сучасних еміграційних складових є нові форми організації праці (самозайняті та позаштатні працівники), які особливо популярні у Сполучених Штатах Америки, Нідерландах, Німеччині, Франції та інших країнах ЄС. Сьогодні поняття якості зайнятості включає в себе гідну заробітну плату, забезпечення охорони праці та безпеки, прийнятні умови праці, можливості навчання та просування.

Суттєвою тенденцією розвитку міжнародних міграційних потоків за масштабами та якісними показниками, починаючи з 2014 року по теперішній час став вимушений виїзд, передусім до ЄС громадян нашої держави, у зв'язку з агресією РФ проти України. Треба також відмітити, що в цілому за даними Міністерства соціальної політики України, у 2019 році налічувалося 3,2 млн. трудових мігрантів. В окремі періоди під час сезонних робіт було 7–9 млн. мігрантів. У той же час на постійне проживання за кордон виїхало 11 тис. 311 осіб, а повернулося — 1 тис. 996 осіб. У 2020 році, за даними голови Національного банку України, було близько 3 млн. трудових мігрантів. Протягом року до країни повернулися 400–500 тисяч людей, але переважно через пандемію COVID-19. Країни Євросоюзу закривалися на локдаун, люди втрачали роботу та змушені були повертатися. На постійне місце проживання за кордон минулого року виїхало 3 тис. 259 українців. Також із-за пандемії цифра знизилася. У 2021 році, за даними Інституту демографії та соціальних досліджень, кількість трудових мігрантів становить 2,5–3 млн. [33].

Серед нових організаційних форм праці закордоном, які також необхідно віднести до використання еміграційного потенціалу країн-донорів, слід відмітити дистанційну роботу шляхом залучення для її виконання цифрових засобів. В цілому цифровізація впливає на ринки праці в таких напрямках:

- створення робочих місць: нові сектори, нові продукти, нові послуги;
- зміна робочих місць: цифровізація, людський / інтелектуальний інтерфейс машин, нові форми управління;
- відсутність потреби у конкретних професіях завдяки автоматизації;
- зміщення у працевлаштуванні завдяки розвитку та поширенню цифрових платформ, краудсорсингу та економіки спільного користування.

Для прикладу цифрові платформи формують нову форму іммігрaції — цифрову, віртуальні кордони практично повністю відкриті, працівники з високим рівнем навиків мають можливість працевлаштування віддалено. Серед прикладів, цифрова торгова платформа Амазон, що дає змогу вести бізнес з будь-якої точки світу віддалено, а отже є формою радикальної лібералізації ринку праці. Зростання рівня електронної комерції може зумовити центральну роль цифрових платформ у майбутньому для забезпечення зайнятості.

Європейський фонд покращення умов життя та праці [29] (Eurofound 2015) проаналізував «нові форми зайнятості», які розвиваються в Європі, які більш-менш радикально перетворюють традиційні відносини між роботодавцем та працівниками. На підставі аналізу Європейського фонду визначено дев'ять основних тенденцій у цих нових формах зайнятості, що мають важливі наслідки з точки зору умов праці та ринку праці:

1) спільне використання працівників, де окремий працівник спільно найнятий групою роботодав-

ців для задоволення потреб відділу управління персоналом різних компаній, що забезпечує постійну повну зайнятість працівника;
2) спільне використання робочих місць, де роботодавець наймає двох або більше працівників для спільного виконання певних завдань та робіт, поєднуючи два або більше робочих місця в одному повному робочому місці;
3) тимчасове управління, в якому висококваліфіковані експерти наймаються тимчасово для конкретного проекту або для вирішення конкретної проблеми, тим самим інтегруючи зовнішні можливості управління в роботі організації;
4) випадкова робота, де роботодавець не зобов'язаний регулярно надавати роботу працівникові, але має гнучкість у виклику працівника на вимогу;
5) мобільна робота на базі ІКТ, де працівники можуть виконувати роботу з будь-якого місця в будь-який час, що підтримується сучасними технологіями;
6) ваучерна робота, де трудові відносини базуються на оплаті послуг за ваучером, придбаним уповноваженою організацією, яка забезпечує оплату та соціальне забезпечення;
7) портфельна робота, де самозайняті фахівці виконують індивідуальні роботи для великої кількості клієнтів, використовуючи онлайн-платформи для пошуку клієнтів, формуючи робочі місця для кожного;
8) краудзайнятість, де онлайн платформа з'єднує роботодавців та працівників, які виконують завдання роботодавців;
9) спільна робота, де фрілансери, самозайняті або мікропідприємства працюють для подолання обмежень та професійної ізоляції з використанням цифрового середовища для пошуку роботи.

Eurofound запропонував класифікацію цих нових форм зайнятості для виділення таких характеристик ринків праці як інтенсивність трудових відносин та статус працівників.

З точки зору умов праці, цифрові платформи зараз сприяють розвитку паралельного ринку праці, який є ультра-гнучким, з працевлаштуванням, регульованим без використання контракту. В рамках цієї форми зайнятості більше не існує жодного трудового договору, ні стандартів заробітної плати, або правил робочого часу або норм, що стосуються робочого дня, робочого місця, навчання, доступу до профспілок або колективних дій. Працівник — або, скоріше, «партнер» — належить до цієї віртуальної спільноти, управляє власною зайнятістю на підставі договору самозайнятості, відповідає за власний соціальний захист (безробіття, пенсія, надання виплат у зв'язку з хворобою), забезпечення безпеки. Крім того, статус праці залишається неформальним, а зайнятість залежить виключно від власної відповідальності та навиків, компетентності. Ця форма договірної зайнятості набирає популярності надзвичайно швидко. Десятки тисяч нових позаштатних працівників реєструються на таких платформах, як на Uber, або Airbnb тощо. Часто діяльність фахівця знаходиться за межами закону, що потребує законодавчих ініціатив.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Тенденції розвитку міжнародної міграції робочої сили, що обумовлені інтенсифікацією глобальних та регіональних процесів, в цілому, відображають сучасний стан та нові можливості використання сукупного трудового потенціалу країн світової спільноти. Як пріоритетну та всеохоплюючу серед досліджуваних тенденцій, треба виділити діджиталізацію. Її основним спрямуванням є підвищення ефективності використання глобального потенціалу міжнародної міграції робочої сили, який значно розширюється завдяки формуванню регуляторних механізмів захисту мігрантів у високотехнологічних секторах та цифровому просторі. Формування правової бази, що регулює цифровий простір в межах ЄС на основі інтеграції в різних країнах єдиних норм, принципів та стандартів взаємодії, сприятиме залученню висококваліфікованих мігрантів, захисту їх прав, наданню рівного доступу до галузей з високим рівнем доходів, впровадженню законодавчо визначених наборів цифрових навиків. Уніфікація правової бази регулювання цифрового середовища здійснюється також для створення інтеграційного спільного ринку праці ЄС, який конкурує з американським та азійськими ринками праці. Розвиток ІКТ сектору сприяв вирішенню проблеми дефіциту трудових ресурсів в країнах-членах ЄС завдяки автоматизації робочих місць, став новим центром тяжіння висококваліфікованих мігрантів завдяки високому рівню оплати праці. Структура міграційних потоків трансформується, адже відтепер зростає рівень переміщення молодих та освічених фахівців в пошуках кращих умов роботи. У якості перспектив наукових досліджень міжнародної міграції робочої сили можна виокремити необхідність аналізу впливу широкого впровадження цифрової економіки, зокрема, за рахунок використання емігрантського потенціалу, з метою зміцнення конкурентоспроможності регіонів, інтеграційних угруповань, країн, різних представників бізнесу на світових ринках товарів, послуг, інтелектуальної власності, фінансів, інновацій у всіх сферах суспільного виробництва.

Література

1. Білорус О. Г., Лук'яненко Д. Г. Глобалізація і безпека розвитку. О. Білорус, Д. Лук'яненко. 2007. 733 с.

2. Ваврищук Н. Г. Еміграція робочої сили з України: теоретико-методологічні аспекти [Електронний ресурс] / Н. Г. Ваврищук. 2006. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7056/Vavryshchuk_Emihratsiia_robochoi_syly.pdf?sequence=1&isAllowed=y

3. Трудова міграція з України до ЄС: макроекономічний вимір [Текст]: монографія / М. М. Відякіна, Р. Д. Стаканов; Ін-т міжнар. відносин, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К.: ДКС, 2011. 198 с.: рис., табл. Бібліогр.: С. 162–179. 300 прим. ISBN 978-966-2339-31-4

4. Гайдуцький А. Міграційний капітал в Україні: прихована реальність [Текст] / А. Гайдуцький // Дзеркало тижня. 2007. № 15. С. 1, 8.

5. Дембіцька А. В. Основні етапи міжнародної міграції робочої сили / А. В. Дембіцька // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2013. Т. 18, Вип. 4(1). С. 149–152. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2013_18_4(1)__39

6. Курунова Ю. О. Міжнародна міграція робочої сили як чинник економічного розвитку країн (на прикладі міграційних потоків між ЄС і Україною) // Одеський національний університет імені Мечникова. 2015. 20 с. URL: https://www.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2015/12/aref_kurunova.pdf

7. Лібанова Е. М. Україна: глибина нерівності / Е. М. Лібанова. 2016. URL: http://gazeta.dt.ua/internal/ukrayina-glibina-nerivnosti-_.html

8. Глобальна економіка XXI століття: людський вимір [монографія] / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, А. М. Колот [та ін.]; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Д. Г. Лук'яненка та д-ра екон. наук, проф. А. М. Поручника. К.: КНЕУ, 2008. 420 с.

9. Рибчук А. В. Глобальна виробнича інфраструктура світового господарства: теорія і практика: монографія. 2009.

10. Міжнародна економіка. За редакцією А. П. Румянцева. К.: Знання Прес, 2006. 447 с.

11. Січко С. М. Міжнародна трудова міграція як форма міжнародних економічних відносин // Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Випуск 10. С. 112–116.

12. Стаканов Р. Д. Регулювання міжнародної трудової міграції на регіональному та глобальному рівнях [Електронний ресурс] / Р. Д. Стаканов // Економіка і суспільство. 2016. Випуск 5. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/13.pdf

13. Міжнародна міграція робочої сили та механізми її регулювання [Текст]: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / О. І. Ступницький; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К.: ВПЦ «Київський університет», 2008. 270 с. Бібліогр.: С. 265–268. 200 прим. ISBN 966-439-006-2

14. Туль С. І. Трансформація світового ринку праці в умовах діджиталізації. Автореферати та анотації дисертацій. 2019.

15. Міжнародні економічні відносини: історія, теорія, політика: підручник / А. С. Філіпенко. Київ: Либідь, 2019. 958 с.: рис., табл. Бібліогр. в підрядк. прим. ISBN 978-966-06-0806-1. URL: https://life.pravda.com.ua/society/2020/02/9/239843/

16. Фрідмен Т. Світ плаский / Т. Фрідмен. Київ: «Акта», 2008. 664 с.

17. Чорна В. О. Динаміка міграційних процесів в Україні: соціологічний аналіз. Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу Києво-Могилянська академія]. Серія: Соціологія. 2015. (258, Вип. 246). С. 175–180.

18. Adams Richard H. Remittances, Household Expenditure and Investment in Guatemala. World Bank Policy Research Working Paper. 2005. No. 3532. URL: http://ssrn.com/abstract =695362 (March).

19. Marshall R. Migration and domestic labour markets Auctions and employment demand versus public police [Electronic source] / R. Marshall. 2012. URL: https://www.epi.org/publication/bp350-adjusting-migration-domestic-labor-markets/

20. McCallum B. T. International monetary economics. OUP Catalogue. 1996.

21. McKenzie David and Hillel Rapoport. Network Effects and the Dynamics of Migration and Inequality: Theory and Evidence from Mexico. Bureau for Research in Economic Analysis of Development (BREAD) Working Paper. April 2005. No. 063. URL: http://www.cid.harvard.edu/bread/papers/working/063.pdf

22. Mora J., Taylor J. E. Determinants of Migration, Destination and Sector Choice: Disentangling Individual, Household and Community Effects. In За–glar Цzden and Maurice Schiff, Eds., International Migration, Remittances, and the Brain Drain. New York: Palgrave Macmillan. 2005.

23. Osterhammel J., Petersson N. P. Geschichte der Globalisierung. Dimensionen, Prozesse, Epochen. Munchen, 2007.

24. Taylor J. E., Martin P. L. Human Capital: Migration and Rural Population Change. In: B. L. Gardner & G. C. Rausser (ed.), Handbook of Agricultural Economics. 2001. Edition 1. Volume 1. Chapter 9. P. 457–511, Elsevier.

25. Common Basic Principles for Immigrant Integration Policy in the EU. URL: https://ec.europa.eu/migrant-integration/library-document/common-basic-principles-immigrant-integration-policy-eu_en

26. Declaration on European Digital Rights and Principles. URL: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/declaration-european-digital-rights-and-principles

27. The Digital Markets Act: ensuring fair and open digital markets. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019–2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en

28. EU4Digital. URL: https://eufordigital.eu/discover-eu/eu4digital-networks/

29. Eurofound 2015. Sixth European Working Conditions Survey: 2015. URL: https://www.eurofound.europa.eu/surveys/european-working-conditions-surveys/sixth-european-working-conditions-survey-2015

30. Migration Data Portal. Migrant integration. URL: https://www.migrationdataportal.org/themes/migrant-integration

31. A Europe fit for the digital age. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019–2024/europe-fit-digital-age_en

32. URL: https://ru.slovoidilo.ua/2021/03/18/infografika/obshhestvo/trudovaya-migraciya-skolko-ukraincev-rabotali-granicej-2019–2021-godax

33. URL: https://cedos.org.ua/researches/vymushena-migracziya-i-vijna-v-ukrayini-24-lyutogo-24-bereznya-2022/#:~: text=%D0%97%D0%B0%20%D0%BE%

34. URL: https://zaxid.net/bilshist_ukrayinskih_it_fahivtsiv_cherez_viynu_pereyihali_u_lviv_n1540716

35. URL: https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2021/11/15/679762/

References

1. Bilorus O. H., Lukianenko D. H. Hlobalizatsiia i bezpeka rozvytku. O. Bilorus, D. Lukianenko. 2007. 733 s.

2. Vavryshchuk H. Г. Emihratsiia robochoi syly z Ukrainy: teoretyko-metodolohichni aspekty [Elektronnyi resurs] / H. Г. Vavryshchuk. 2006. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7056/Vavryshchuk_Emihratsiia_robochoi_syly.pdf?sequence=1&isAllowed=y

3. Trudova mihratsiia z Ukrainy do YeS: makroekonomichnyi vymir [Tekst]: monohrafiia / M. M. Vidiakina, R. D. Stakanov; In-t mizhnar. vidnosyn, Kyiv. nats. un-t im. T. Shevchenka. K.: DKS, 2011. 198 s.: rys., tabl. Bibliohr.: S. 162–179. 300 prym. ISBN 978-966-2339-31-4

4. Haidutskyi A. Mihratsiinyi kapital v Ukraini: prykhovana realnist [Tekst] / A. Haidutskyi // Dzerkalo tyzhnia. 2007. № 15. S. 1, 8.

5. Dembitska A. V. Osnovni etapy mizhnarodnoi mihratsii robochoi syly / A. V. Dembitska // Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Seriia: Ekonomika. 2013. T. 18, Vyp. 4(1). S. 149–152. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2013_18_4(1)__39

6. Kurunova Yu. O. Mizhnarodna mihratsiia robochoi syly yak chynnyk ekonomichnoho rozvytku krain (na prykladi mihratsiinykh potokiv mizh YeS i Ukrainoiu) // Odeskyi natsionalnyi universytet imeni Mechnykova. 2015. 20 s. URL: https://www.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2015/12/aref_kurunova.pdf

7. Libanova E. M. Ukraina: hlybyna nerivnosti / E. M. Libanova. 2016. URL: http://gazeta.dt.ua/internal/ukrayina-glibina-nerivnosti-_.html

8. Hlobalna ekonomika KhKhI stolittia: liudskyi vymir [monohrafiia] / D. H. Lukianenko, A. M. Poruchnyk, A. M. Kolot [ta in.]; za zah. red. d-ra ekon. nauk, prof. D. H. Lukianenka ta d-ra ekon. nauk, prof. A. M. Poruchnyka. K.: KNEU, 2008. 420 s.

9. Rybchuk A. V. Hlobalna vyrobnycha infrastruktura svitovoho hospodarstva: teoriia i praktyka: monohrafiia. 2009.

10. Mizhnarodna ekonomika. Za redaktsiieiu A. P. Rumiantseva. K.: Znannia Pres, 2006. 447 s.

11. Sichko S. M. Mizhnarodna trudova mihratsiia yak forma mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. 2016. Vypusk 10. S. 112–116.

12. Stakanov R. D. Rehuliuvannia mizhnarodnoi trudovoi mihratsii na rehionalnomu ta hlobalnomu rivniakh [Elektronnyi resurs] / R. D. Stakanov // Ekonomika i suspilstvo. 2016. Vypusk 5. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/13.pdf

13. Mizhnarodna mihratsiia robochoi syly ta mekhanizmy yii rehuliuvannia [Tekst]: pidruch. dlia stud. vyshch. navch. zakl. / O. I. Stupnytskyi; Kyiv. nats. un-t im. T. Shevchenka. K.: VPTs «Kyivskyi universytet», 2008. 270 s. Bibliohr.: S. 265–268. 200 prym. ISBN 966-439-006-2

14. Tul S. I. Transformatsiia svitovoho rynku pratsi v umovakh didzhytalizatsii. Avtoreferaty ta anotatsii dysertatsii. 2019.

15. Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny: istoriia, teoriia, polityka: pidruchnyk / A. S. Filipenko. Kyiv: Lybid, 2019. 958 s.: rys., tabl. Bibliohr. v pidriadk. prym. ISBN 978-966-06-0806-1. URL: https://life.pravda.com.ua/society/2020/02/9/239843/

16. Fridmen T. Svit plaskyi / T. Fridmen. Kyiv: «Akta», 2008. 664 s.

17. Chorna V. O. Dynamika mihratsiinykh protsesiv v Ukraini: sotsiolohichnyi analiz. Naukovi pratsi [Chornomorskoho derzhavnoho universytetu imeni Petra Mohyly kompleksu Kyievo-Mohylianska akademiia]. Seriia: Sotsiolohiia. 2015. (258, Vyp. 246). S. 175–180.

18. Adams Richard H. Remittances, Household Expenditure and Investment in Guatemala. World Bank Policy Research Working Paper. 2005. No. 3532. URL: http://ssrn.com/abstract =695362 (March).

19. Marshall R. Migration and domestic labour markets Auctions and employment demand versus public police [Electronic source] / R. Marshall. 2012. URL: https://www.epi.org/publication/bp350-adjusting-migration-domestic-labor-markets/

20. McCallum B. T. International monetary economics. OUP Catalogue. 1996.

21. McKenzie David and Hillel Rapoport. Network Effects and the Dynamics of Migration and Inequality: Theory and Evidence from Mexico. Bureau for Research in Economic Analysis of Development (BREAD) Working Paper. April 2005. No. 063. URL: http://www.cid.harvard.edu/bread/papers/working/063.pdf

22. Mora J., Taylor J. E. Determinants of Migration, Destination and Sector Choice: Disentangling Individual, Household and Community Effects. In Эа–glar Цzden and Maurice Schiff, Eds., International Migration, Remittances, and the Brain Drain. New York: Palgrave Macmillan. 2005.

23. Osterhammel J., Petersson N. P. Geschichte der Globalisierung. Dimensionen, Prozesse, Epochen. Munchen, 2007.

24. Taylor J. E., Martin P. L. Human Capital: Migration and Rural Population Change. In: B. L. Gardner & G. C. Rausser (ed.), Handbook of Agricultural Economics. 2001. Edition 1. Volume 1. Chapter 9. P. 457–511, Elsevier.

25. Common Basic Principles for Immigrant Integration Policy in the EU. URL: https://ec.europa.eu/migrant-integration/library-document/common-basic-principles-immigrant-integration-policy-eu_en

26. Declaration on European Digital Rights and Principles. URL: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/declaration-european-digital-rights-and-principles

27. The Digital Markets Act: ensuring fair and open digital markets. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019–2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en

28. EU4Digital. URL: https://eufordigital.eu/discover-eu/eu4digital-networks/

29. Eurofound 2015. Sixth European Working Conditions Survey: 2015. URL: https://www.eurofound.europa.eu/surveys/european-working-conditions-surveys/sixth-european-working-conditions-survey-2015

30. Migration Data Portal. Migrant integration. URL: https://www.migrationdataportal.org/themes/migrant-integration

31. A Europe fit for the digital age. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age_en

32. URL: https://ru.slovoidilo.ua/2021/03/18/infografika/obshhestvo/trudovaya-migraciya-skolko-ukraincev-rabotali-granicej-2019-2021-godax

33. URL: https://cedos.org.ua/researches/vymushena-migracziya-i-vijna-v-ukrayini-24-lyutogo-24-bereznya-2022/#:~: text=%D0%97%D0%B0%20%D0%BE%

34. URL: https://zaxid.net/bilshist_ukrayinskih_it_fahivtsiv_cherez_viynu_pereyihali_u_lviv_n1540716

35. URL: https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2021/11/15/679762/

UDC 336.027

Klymenko Maksym
PhD Student of the
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
ORCID: 0000-0001-6481-9945

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8150

"GREEN" POLICY AND ENVIRONMENTAL TAXATION AS THE INSTRUMENTS TO TACKLE CLIMATE CHANGE

Summary. *The article is dedicated to environmental taxation as one of the possible policy instruments that along with other governmental and partnership measures could tackle climate change and assure green growth for the world and Ukraine in particular. European countries mostly focus on the taxation of energy sources, which allows them to be highly efficient in the field of GHG taxation. The Ukrainian model insists on controlling the level of environmental pollution for many years, it has low efficiency and control potential, high transaction, and administration costs. Price instruments for limiting greenhouse gas emissions are one of the most effective and rational solutions during the exacerbation of the climate change issue. These include taxes (on CO_2 emissions that are directly related to emissions or the carbon content of fuel and excise duties on energy carriers) along with emissions trading systems. With the establishment of excise duty on energy and carbon taxes, states form a price for each ton of CO_2 emissions, which contributes to dynamic efficiency, by stimulating technological changes to the development of innovative emission reduction technologies and static efficiency, i.e., reduction of CO_2 emissions in the most financially affordable way. Excise duty on energy resources and taxes on CO_2 emissions have the similar object of taxation, although the rates of excise taxes in the vast majority do not depend on the carbon content of the fuel. They are differentiated in the direction of promoting the competitiveness of more ecological types of fuel (reducing the rate for fuel with a lower sulfur content), protecting producers of energy-efficient enterprises, and preventing energy poverty. The excise duty rate consists of Pigou and Ramsay components, the proportions of which are chosen by fiscal necessity and occupy a large share of budget revenues. They are harmonized between EU countries with a unified approach. In common practice, funds accumulated from carbon tax should cover the damages caused to society and the costs of protecting and restoring an environment. Therefore, the article identifies the key groups of environmental taxes in the EU countries, analyses the European experience of the economic impact on environment preservation, examines possible ways of environmental taxation reform in Ukraine, based on the best foreign experience, and analyses the CO_2 emissions among countries and continents by sectors and type of fuel.*

In addition, the author developed the draft concept of Ukraine's transition to a climate-neutral economy, highlighting the models of side-x-side functioning of the tradable permits system and taxes on CO_2 emissions.

Key words: *environmental taxation, EU Green deal, environmental policy measures, carbon dioxide emissions, environmental preservation.*

Statement of the problem. The environment is affected by existing patterns of production and consumption. Solving environmental problems requires behavioural changes with significant economic costs and impacts on labour, product, and capital markets. Environmental policy is aimed at achieving the goals of ecological and sustainable development. Policymakers use incentive-based tools to ensure that environmental solutions are found at the lowest cost, correct externalities, and/or generate revenues for specific purposes. Thus, economic instruments for pollution control and natural resource management are becoming an increasingly important part of environmental policy in EU and OECD countries.

The Intergovernmental Panel on Climate Change is convinced that global warming is man-made. Back in 1995, the IPCC testified that "the available evidence allows us to state with a high degree of

probability that humans are causing a noticeable impact on the global climate." Also, the latest report notes that carbon dioxide is the biggest contributor to climate change, followed by methane, haloalkanes and nitrous oxide.

In general, the world uses a variety of tools to stimulate the reduction of greenhouse gas emissions: 1) tax instruments (environmental taxes, including taxation of energy, transport, use of natural resources and emissions); 2) market instruments (tradable permits systems); 3) regulation and subsidization (supporting the implementation of ecological and energy-saving technologies, innovative sectors of the economy, the deposit return system and subsidies).

Among the main problems of environmental taxation, the following can be distinguished [1]:

1. Ukraine has not built an effective model to tax environmentally harmful activities, which is explained by permanent changes in the mechanism and proportions of revenue distribution from environmental taxes between the state and local budgets. During 2015–2017, 20% of the environmental tax was directed to the general fund of the state budget, 55% to the regional, and 25% to the local budgets. In 2018 and 2019, the proportion changed in order to centralize financial resources: the share of the state budget increased to 45%, the share of the city budget remained unchanged, and only 30% belongs to regional budgets [2].

2. Low fiscal value without usage on purpose, which is evidenced by its budget classification as tax revenues instead of trust funds. Given that anthropogenic impact on the environment is inextricably linked to the economic development of our country, environmental taxes should primarily be aimed at restoring the natural properties of the habitat, fulfilling its main function — compensatory. Also, the domestic tax system does not fully use subsidies and environmental insurance as auxiliary economic instruments of policy measures. In addition, the system of target reservation of funds does not exist at all. 45% of the revenues from the environmental tax are directed to the State Budget's general fund, thereby losing its intended purpose of correcting the damage caused to the natural environment by polluters. At the same time, the total amount of expenses for environmental protection exceeds the receipt of the environmental tax as a whole, and these expenses are financed at the expense of other budget revenues.

3. With the constant growth of environmental tax rates since its introduction, its share in tax revenues remains insignificant and insufficient to finance the necessary environmental protection programs (about 63% in 2019), hence the compensatory and fiscal functions of the environmental tax unrealized At that time, in European countries, the environmental tax performs both a compensatory function (tax revenues several times exceed state expenditures on environmental protection measures) and a fiscal one (the environmental tax forms up to 10% of all tax revenues, in Estonia it is about 9,6%).

4. One of the environmental policy goals is to increase domestic producers' interest in the effective use of natural resources and accumulate funds to implement modern technologies of environmental saving. A preferential lending program for eco-programs for the largest polluters has been introduced, but the interest of the business sector in using such programs and carrying out modernization is low. The amounts of environmental tax paid by enterprises are insignificant and do not stimulate high-cost modernization. One of the reasons for this phenomenon lies in the still insignificant impact of financial loss from pollution and irrational use of natural resources on the final performance indicators, and primarily on the profit of economic entities. The domestic system of environmental taxation mainly performs a redistributive function, as its level is relatively low to directly influence the behaviour of nature users.

Analysis of recent researches and publications. The problem of environmental taxation as a "green" policy instrument is the subject of research by many Ukrainian and foreign scientists. In particular, Vasylyshyna L. M. devoted her works to the strategy of reducing carbon dioxide emissions of the Ukrainian economy and the influence of externalities [3]; O. O. Veklych [4], where the basic principles of the functioning of environmental taxation as a mechanism for increasing the competitiveness of the economy are highlighted; O. P. Maslyukivska [5], with a detailed analysis of the signs of ecological and economic transformation, which form the dominant part of the evolution of society; Zelezna T. A. turned its attention to the European "green" course and new opportunities for the development of renewable energy [6]. Theoretical principles of environmental taxation were developed by A. Pigou [7] on the issue of using taxes and subsidies to internalize externalities; E. Smeets and R. Weterings [8], who classified environmental indicators by types; H. Vollebergh [9], who raised the issue of assessing the environment, nature and economic growth, reported on environmental taxes and green growth with a stepwise issues analysis of

tax instruments as part of the policy on sustainable economic growth; U. Baumol [10], with a detailed analysis of the economic theory of environmental policy. In turn, A. L. Bobrovsky [11], who described the principles and foundations of a state environmental management system; Lucien Georgeson, and Martyn Poessinouw reviewed current shortcomings and proposed measures for green economy transformations [12]; Piciu Gabriela Cornelia and Trica Carmen Lenuta investigated the impact and effectiveness of environmental taxes, considering budgetary criteria [13]. Furthermore, this topic was examined by Varlamova, E. Weizsдcker, I. Bakhovych, O. Gubanova, V. Kravtsov, N. Kraft, S. Mezentsev, R. Klamtam, D. Stiglitz, J. Farley, with a broad discussion about environmental tax reform in the international literature [14; 15].

However, even with a significant number of publications, further drilling is required to identify the best foreign experiences of adequate taxation instruments to stimulate citizens and businesses to take into account environmental responsibility, emphasize the fiscal and regulatory potential of environmental taxation, which would be an impulse to improve the environmental policy and move towards an innovative green economy that could tackle the climate change in Ukraine. The methodological basis of the study is the theoretical achievements of domestic and foreign scientists, devoted economists to the problems of environmental taxation, normative and legislative acts of Ukraine [16; 17; 25; 26], data from the State Statistics Service of Ukraine [18], the Ministry of Economy of Ukraine [19], the Ministry of Finance of Ukraine [20], the United Nations [21], Eurostat [22], publications and statistical data of the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) [23], the International Monetary Fund (IMF) [24], and the State Treasury Service of Ukraine [2].

Formulation purposes of article (problem). The study set the main goal of identifying and analyzing the problems and priority areas of development and reform of the instruments to tackle climate change in order to achieve zero emissions of carbon dioxide by the economy of Ukraine, taking into account the successful experience of the EU countries. The research is limited to the period of 2007–2019 years due to the data availability. A complex of general scientific and applied methods of studying economic processes was used. Methods of analysis and synthesis, abstraction, dialectical, structural, and dynamic comparisons to find the right combination of reasonably designed and relatively prime to implement environmental taxes, estimating the effectiveness of taxes used for environmental regulation, and analyzing the experience of European countries regarding habitat issues solutions.

The main material. Thus, one of the most ambitious and comprehensive environmental protection programs is the European Green Deal. This strategy is designed to achieve a zero balance of CO_2 emissions by 2050 and rethink the EU economy from the point of resource efficiency. While the process of economic growth will become separated from the progressive use of energy resources.

The Green Deal concerns such priorities as the supply of clean energy; increasing the importance of protection and restoration of the natural environment, rational use of resources and improvement of people's health. A wide range of tools will be used, from tight regulation to coordination mechanisms and economic incentives to build both the overall framework and each individual policy area. This strategy is focused not only on the energy sector but also on transport, sustainable oil development, agriculture, etc (fig. 1).

The strategy is based on the principle of "leave no one behind". In order to implement this principle and provide comprehensive support to the least developed regions, territories and islands that may face socio-economic problems in their pursuit of climate neutrality, the EU created a special EU Just Transition Fund. In addition, there are a number of legislative initiatives such as 1) The circular economy action plan (CEAP) [28]; 2) The European Battery Alliance (EBA) [29]; 3) The Farm to Fork Strategy [30]; 4) Carbon adjustment mechanism at the border Border Carbon Adjustments [31]; 5) The European Climate Law, with direct EU commitments to climate neutrality. With an intermediate goal of reducing CO_2 by 55% by 2030, which is a significant challenge for European industry [32].

In turn, Ukraine, as part of the National Economic Strategy, announced its intention to achieve climate neutrality by 2060, which poses a huge challenge for industrial technologies and the state administration system [27]. Also, the Sustainable Development Goals of Ukraine for the period up to 2030 provide for a whole set of tasks in the field of environmental protection:

- ensuring availability and sustainable management of water resources and sanitation;
- ensuring access to inexpensive, reliable, sustainable and modern sources of energy for all;
- ensuring the openness, safety, viability and ecological stability of cities and other settlements;

– ensuring the transition to rational models of consumption and production;
– taking urgent measures to combat climate change and its consequences;
– preservation and rational use of oceans, seas and marine resources in the interests of sustainable development;
– protection and restoration of terrestrial ecosystems and promotion of their rational use, rational forest use, combating desertification, stopping and reversing the process of land degradation and stopping the process of biodiversity loss [12]. The IPCC group was created in 1988 as a UN body, and representatives of 195 countries participate in its work, which evaluates scientific data related to climate change. The IPCC also believes that the increase in CO_2 in the atmosphere is the result of human-caused emissions, three-quarters of which are from the combustion of fossil fuels, and the rest is caused by changes in land use. In May 2019, the average CO_2 concentration in the Earth's atmosphere was 415 ppm. The last time such a high concentration of carbon dioxide in the Earth's atmosphere was a few million years ago — when there was no modern man, and the level of the world ocean was on average 30 meters higher than it is now. Therefore, as a next step, we will analyze the sectoral impact on the level of CO_2 emissions (fig. 2) in terms of analyzed countries, continents and global players.

Electricity and heat producers, along with the transport sector, play a major role in carbon dioxide emissions. Although we notice certain differences in structure. Thus, for Australia, Asia (without China), Europe, Africa, Japan, India, China, Ukraine, Poland, Germany, and Estonia, electricity and heat

Fig. 1. The European Green Deal, the objectives of the EU Green Deal and ways to achieve them

Source: compiled by the author based on materials [22]

producers have the greatest impact on the level of CO_2 emissions. From 33.1% in Europe in the overall structure for 2019 to Estonia with a dominant share of 60.6%. While for a number of countries, namely North America (36.5%), the USA (37%), Central and South America (40.6%), Denmark (42.3%) and Sweden (47.5%), more transport emissions play a role in the sectoral structure. Although there are countries and continents where industry dominates transport. These are Ukraine — 20.5%, Asia (without China) with a share of 23.6%, India — 24.8% and China — 28%.

The statistics use the following definition of an environmental tax in accordance with Regulation (EU) No. 691/2011: "A tax whose tax base is a physical unit (or a supplemented physical unit) of something that has a proven specific negative impact on the environment, and that is defined in the ESA as a tax" [22].

The definition emphasizes the impact of this tax on the cost of the activity and the price of products that have a negative impact on the environment. The effectiveness of an environmental tax arises primarily from the effect it has on the relative prices of products and the level of activity, combined with the corresponding price elasticity. Many taxes are introduced for different purposes, e.g. both to influence behaviour by making the product more expensive to use and to generate revenue. Since the environmental impact of a tax comes primarily from its effect on relative prices, a fuel tax imposed for fiscal reasons will have the same effect as one imposed with the stated goal of reducing emissions. So, the next step is to look at the number of tax revenues from the environmental tax in% of GDP (fig. 3).

Among the analyzed countries, Denmark stands out, which fills its budget with environmental taxation by 3.3% of GDP in 2019 with a weakening trend compared to 2007, and Estonia (3.2% with a strengthening trend until 2019). A group of countries, namely Poland, Slovakia and Sweden, keep the level of the tax burden at around 2.1–2.6%, which is approximately equal to the average income of the 27 EU member states (2.4% of GDP). For a detailed

Fig. 2 The level of CO_2 emissions by sector in the analyzed countries in 2019, Mt CO_2

Source: compiled by the author based on materials [18; 22]

definition of environmental taxes, in 1997 Eurostat (Eurostat), the European Commission's Directorate General Environment and the Directorate General Taxation and Customs Union, the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) and the International Energy Agency agreed on the list of environmental tax bases. This list was slightly updated in 2011 and 2012 by a Eurostat working group based on practical experience. The list of tax bases illustrated in fig. 4 is the only objective prerequisite for determining environmental taxes for the purpose of international comparisons.

Taxes on carbon dioxide (CO_2) emissions are included in energy taxes in EU countries, not pollution taxes. There are several reasons for this. First of all, it is often not possible to identify CO_2 taxes separately in tax statistics because they are integrated with energy taxes, e.g. by differentiating tax rates on petroleum products according to the carbon content of the fuel. In addition, they are partly introduced as a replacement for other energy taxes, and the revenues from these taxes can be very large compared to the revenues from pollution taxes. This means that including CO_2 taxes in pollution taxes rather than energy taxes will distort both time series at the national level and international comparisons. Therefore, let's look at the structure of environmental taxation in the EU countries and Ukraine (fig. 5).

If CO_2 taxes can be identified, these taxes should be shown as a separate category alongside general energy taxes. This should also include taxes on greenhouse gas emissions other than CO_2. In Ukraine, environmental taxation included the following components according to the annual report on the implementation of the State Budget of Ukraine for 2019 by the State Treasury Service of Ukraine, as shown in Table 1.

The evolution of environmental taxation decomposition: energy taxes, transport taxes, taxes on pollution and resources in the period from 2009 to 2019 is illustrated in fig. 6. During the analyzed period in Ukraine, there was a reduction in the share of the energy part of environmental taxes by 0.81% of GDP and a concentration on taxation of emissions and resources in 2019 with the growth of this segment by 0.15% of GDP. Greece and Croatia showed the largest increases in both total environmental tax revenues and revenues from the energy component. Greece has increased its environmental revenues by 1.8 percentage points of GDP over the past decade.

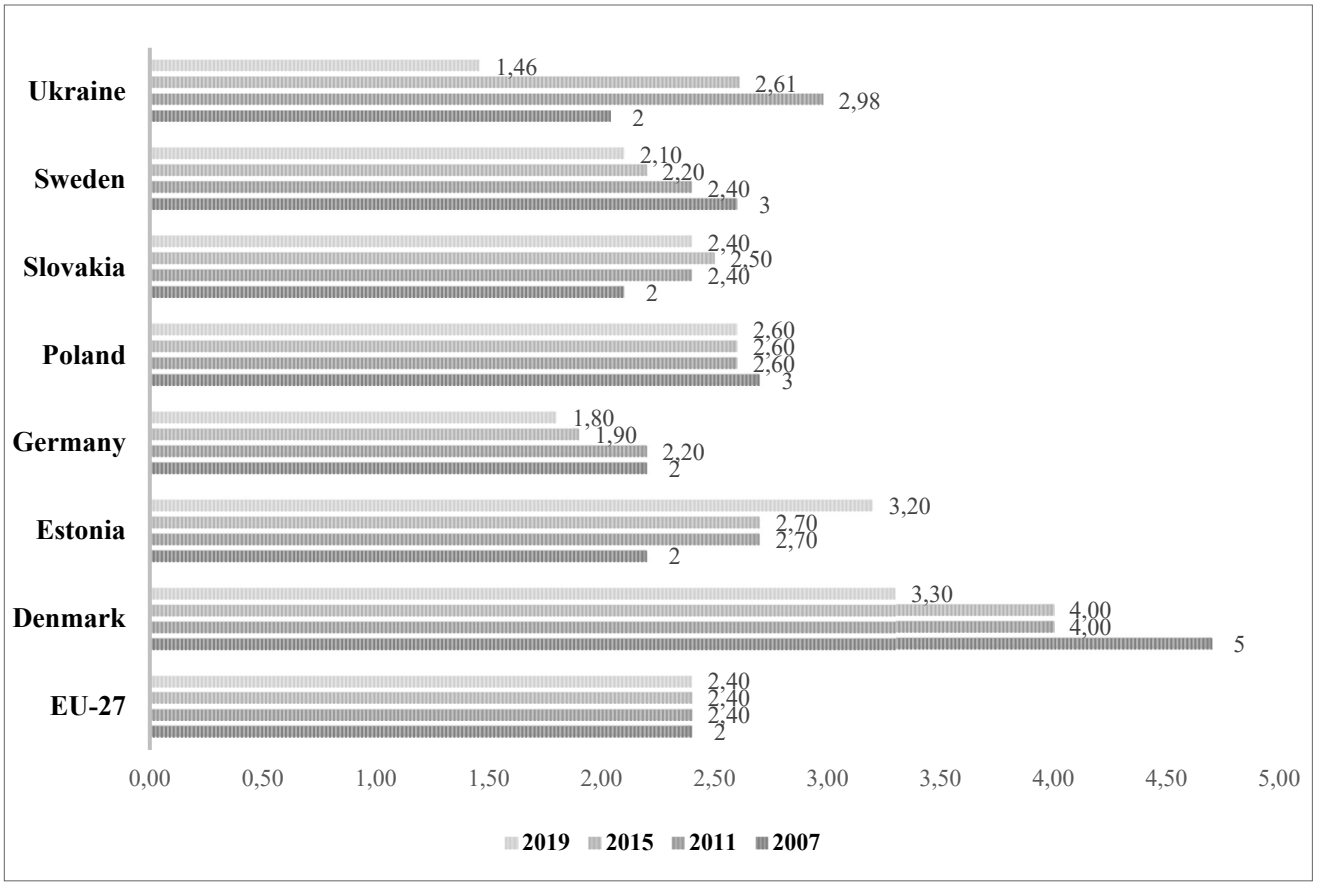


Fig. 3. Dynamics of budget revenues generated by environmental taxation, % of GDP

Source: compiled by the author based on materials [18; 22]

The decline in transport tax revenues was significant in Cyprus (0.6 percentage points of GDP) and Malta (0.5 percentage points of GDP).

In 2019, Ireland and Luxembourg had respectively 0.9 and 0.8 percentage points of GDP less environmental tax revenue than in 2009. Changes in income in the EU are caused primarily by taxes on energy carriers. Regarding resource income and pollution, hardly any changes can be observed.

To develop the concept of Ukraine's transition to a climate-neutral economy, it is worth highlighting the following models of practices for the coordinated functioning of the system of emissions trading and taxes on CO_2 emissions [34]:

– model A — a combination of the emissions trading system to limit CO_2 emissions and excise taxes on energy resources, which act as price tools for reducing greenhouse gas emissions. But CO_2 emission taxes have not been established. This model works in: Austria, Belgium, Greece, Italy, Lithuania, Germany, Slovakia, Hungary, Czech Republic;
– model B.1 — combination of emissions trading system with taxes on direct CO_2 emissions, namely fuel base carbon tax. This model is used by: Denmark, Ireland, Iceland, Liechtenstein, Luxembourg, Norway, the Netherlands, Slovenia, Portugal, Finland, France, Switzerland, Sweden;
– model B.2 — a combination of the emissions trading system with taxes on direct CO_2 emissions, namely a tax on actual or measured CO_2 emissions (emission base carbon tax). This model is used by: Estonia, Spain, Latvia, the Netherlands, Poland, Ukraine;

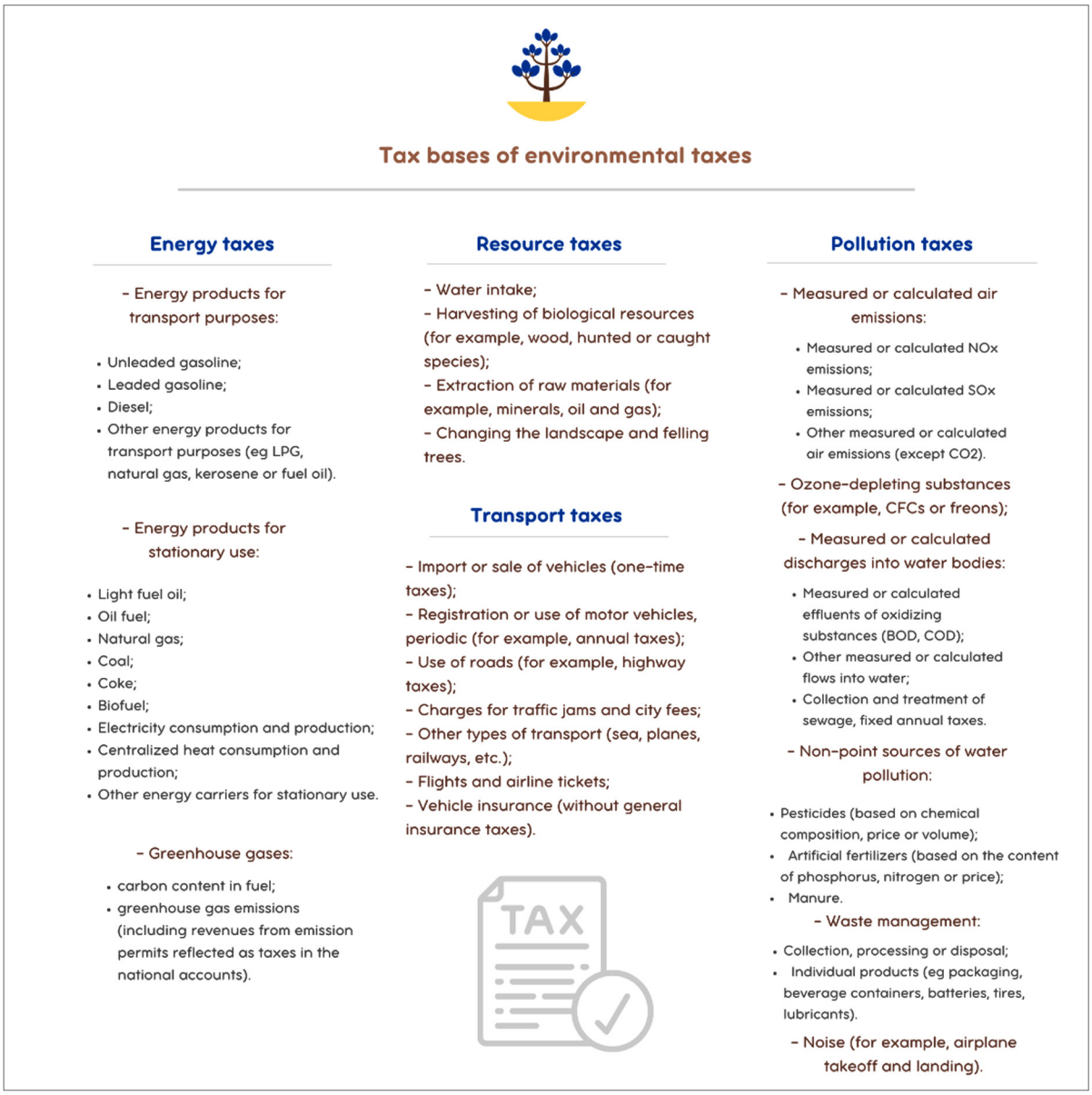


Fig. 4. Tax bases of environmental taxes according to OECD and The International Energy Agency

Source: compiled by the author based on materials [22; 23]

– model C — a combination of an emissions trading system with a tax and a mechanism for ensuring the minimum price level for CO_2 emissions (Carbon Price Floor, CPF), which is used in Great Britain. The main advantage is to stimulate investment in environmentally neutral technologies, preserve market conditions for various sectors of the economy, and if the prices of allowances in the emissions trading system fall below the minimum prices of CO_2 emissions, polluters must pay the difference in the form of a tax.

These models function in the EU in conjunction with the system of harmonized excise taxation of energy resources. EU member states, along with Great Britain, Norway, Switzerland, Iceland and Liechtenstein, apply the CO_2 tax and the EU emissions trading system. Along with this, there are countries where companies in some sectors using the emissions trading system are given benefits in the form of CO_2 emission tax refunds. We would also like to emphasize that, although Germany is currently part of the group of model A countries, in December 2019, the German government decided to introduce a tax on carbon dioxide emissions for oil and gas companies in the amount of 25 euros per ton of CO_2. To investigate the effectiveness of the symbiosis of harmonized excise duties and taxes on carbon dioxide, let's look at energy intensity, the

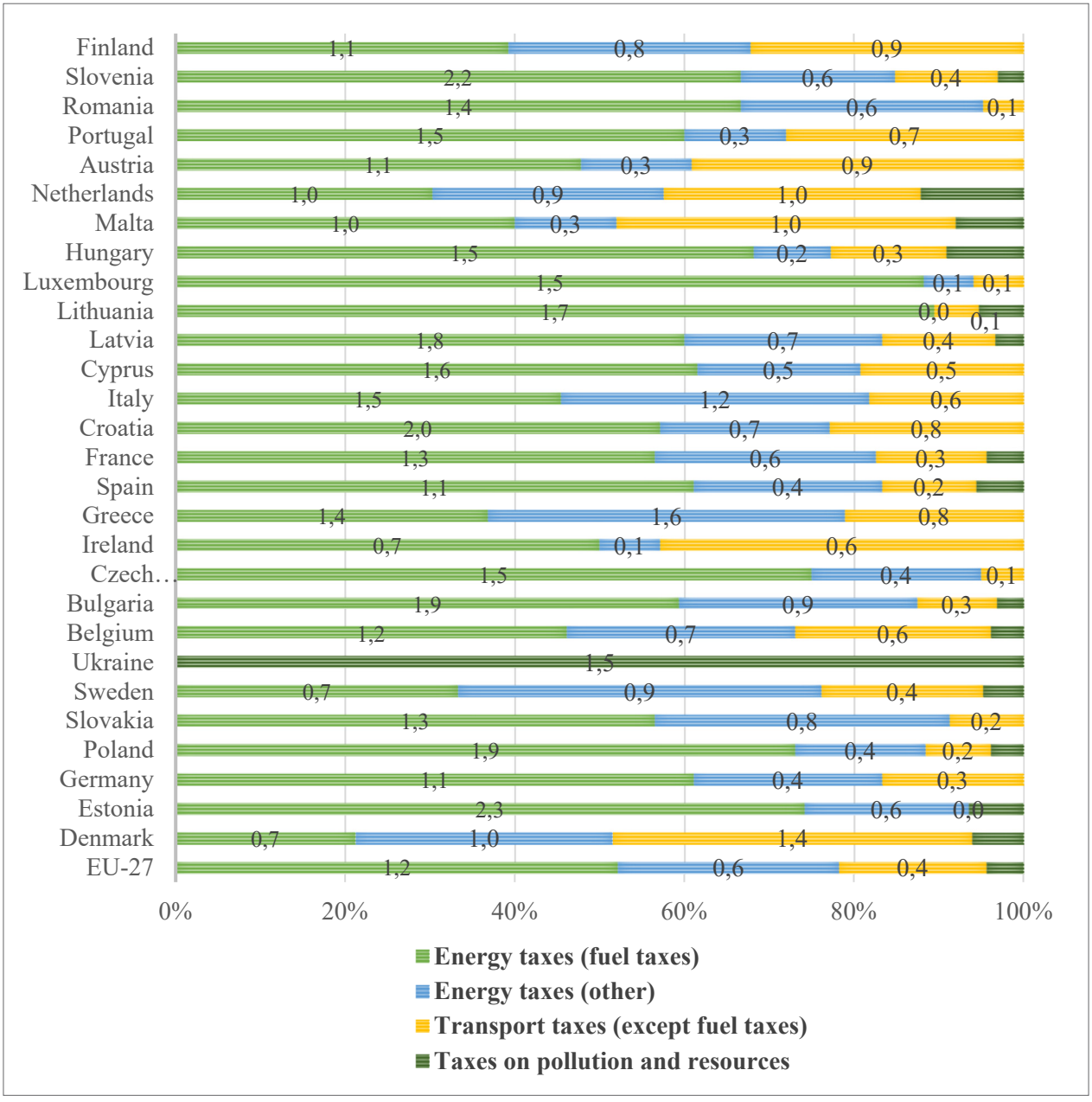


Fig. 5. Revenues of environmental taxes by main components, % of GDP in 2019

Source: compiled by the author based on materials [2; 18; 22; 33]

Table 1

The main components of environmental taxation in Ukraine and the corresponding budget classification codes in 2019

Budget classification code	Tax revenues
13010000	Rent for special use of forest resources
13020000	Rent for special water use
13030000	Rent for the use of subsoil
13060000	Rent for the use of the radio frequency resource of Ukraine
13070000	Fees for the use of other natural resources
13080000	Rental fee for transportation
17000000	Fees for fuel and energy resources
19010100	Environmental tax, which is paid for emissions of pollutants into the atmosphere by stationary sources of pollution (except for emissions of carbon dioxide into the atmosphere)
19010200	Arrival from discharges of polluting substances directly into water bodies
19010300	Proceeds from the disposal of waste in specially designated places or facilities, except for the disposal of certain types of waste as secondary raw materials
19010400	Environmental tax, which is paid for the generation of radioactive waste (including already accumulated) and/or temporary storage of radioactive waste by their producers beyond the period established by the special conditions of licenses
19011000	Environmental tax, which is paid for emissions of carbon dioxide into the atmospheric air by stationary sources of pollution
19050000	Environmental pollution fee (cancelled on January 1, 2011)

Source: compiled by the author based on materials [18; 22; 2; 25; 26]

carbon intensity of GDP and the effective rate of environmental taxation of energy resources (ITR on energy) during 2010–2018 in EU-27 member states average (fig. 7) and Ukraine (fig. 8).

To calculate indicators of energy intensity and carbon intensity, the total supply of primary energy and CO_2 emissions from the burning of energy resources, GDP at purchasing power parity is used.

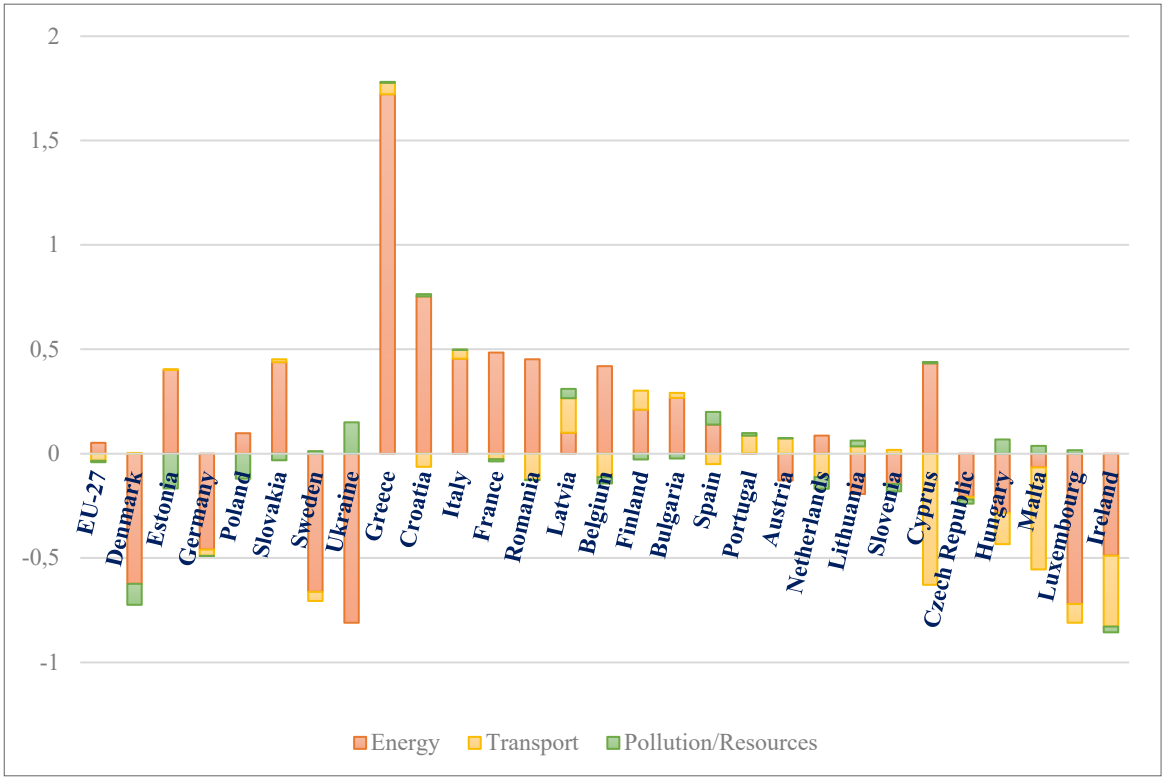


Fig. 6. The evolution of environmental taxation decomposition 2009–2019, % of GDP

Source: compiled by the author based on materials [2; 22]

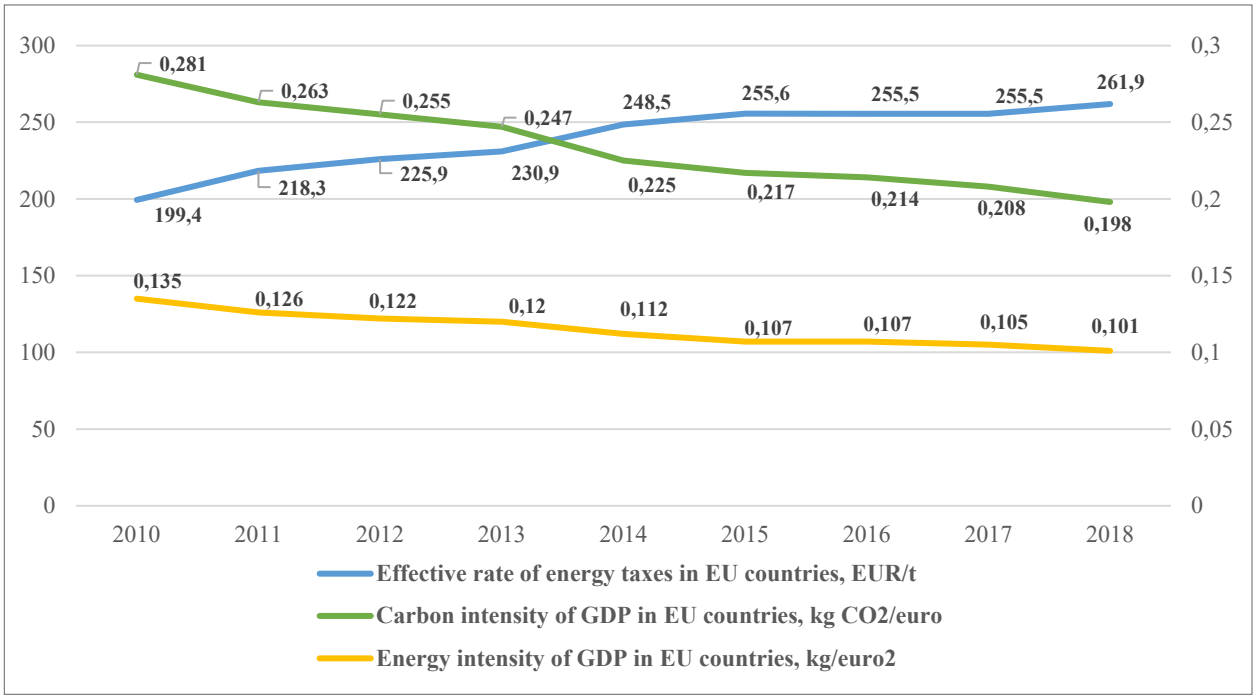


Fig. 7. Dynamics of energy intensity, the carbon intensity of GDP and effective tax rate on energy resources during 2010–2018 in EU-27 member states average

Source: compiled by the author based on materials [34]

Whereas, to determine the effective rates of energy taxes, no such adjustment is made and GDP at market prices is used. In view of the given data, we can note the inverse relationship between the effective rate on energy resources and indicators of energy intensity and carbon intensity of GDP, although CO_2 emissions are not directly related to excise taxes on energy resources. The corresponding values of the correlation coefficients for the effective rate and energy intensity and carbon intensity of GDP are −0.994 and −0.988, while in Ukraine they are −0.665 and −0.723.

All this clearly demonstrates the significant regulatory effect of such taxes and the inverse dependence, i.e. with the growth of the effective rate, the energy intensity of GDP decreases both in Ukraine and in the EU countries. Compared to European countries, Ukraine has significantly higher indicators of energy intensity and carbon intensity (8.4 and 8.3 times, respectively, in 2018), which indicates the need to promote the improvement of the efficiency of the use of energy resources through tax instruments. Since the effective tax rate of energy taxes in Ukraine is 12 times lower than in EU countries, there remains a large unrealized fiscal potential. However, legislative and administrative decisions in the direction of increasing tax rates should take into account the relatively lower purchasing power of economic agents. Given the experience of the analyzed EU countries, the practice of using taxes on CO_2 emissions in the form of an indirect tax on the consumption of energy resources remains relevant for Ukraine. Which in turn will simplify administration, reduce the energy intensity of GDP and tackle climate change.

International experience shows that in order to convert from a tax on estimated emissions into a tax on the consumption of energy resources, it is necessary to use the following coefficients, which are the basis for compiling the inventory of greenhouse gas emissions of the countries of the Kyoto Protocol [23]:

- the coefficient of carbon content in the fuel, which will turn into CO2 during combustion;
- calorific value coefficient;
- oxidation ratio.

The Intergovernmental Panel on Climate Change has developed carbon coefficients for different fuel variations. Although they require appropriate adjustment due to the national characteristics of the fuel in each country according to the instructions that compile the greenhouse gas inventories. For example, Ireland has an institution — the Environmental Protection Agency, which calculates the relevant coefficients.

This experience can be applied to Ukraine. The indicators that take into account the national characteristics of the fuel are determined by the Nation-

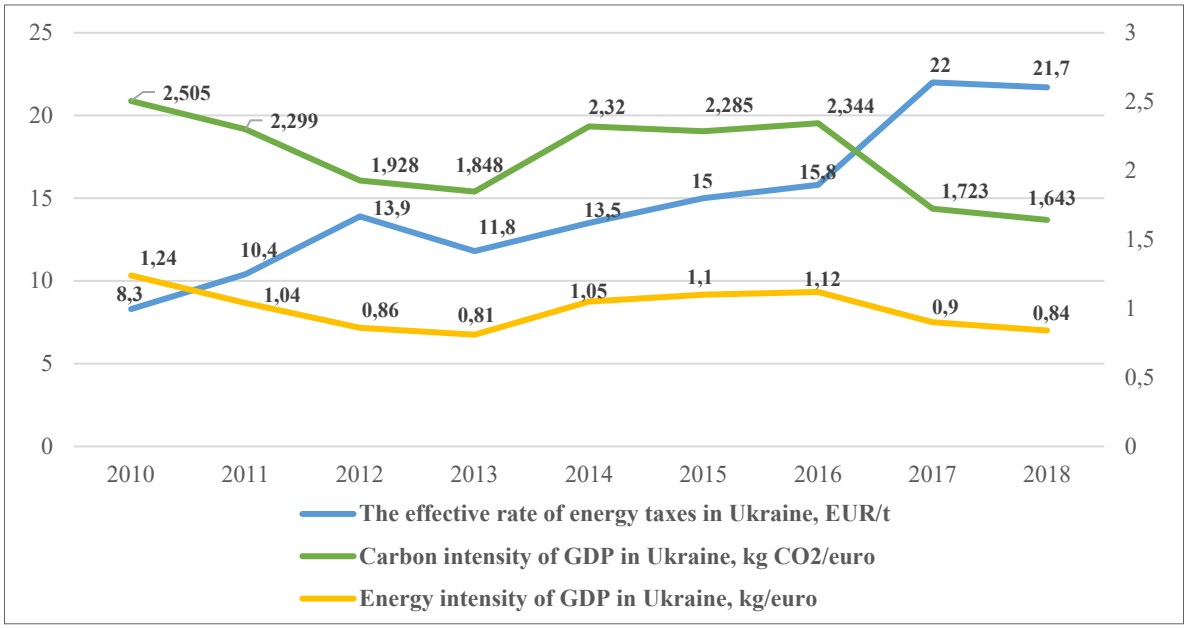


Fig. 8. Dynamics of energy intensity, the carbon intensity of GDP and effective tax rate on energy resources during 2010–2018 in Ukraine

Source: compiled by the author based on materials [34]

al Center for Accounting for Greenhouse Gas Emissions, and the values form the basis of the National Inventory of Anthropogenic Emissions from Sources and Absorption by Sinks of Greenhouse Gases for the corresponding year. In the case of applying this approach, the Ministry of Environmental Protection and Natural Resources of Ukraine must approve such indicators every year [34].

The formula for converting the tax rate from one based on measured emission values to one based on physical units of mass/volume of fuel is as follows (1):

$$Rate_{FB_n} = Rate_{EB} * CC_n * NCV_n * COF_n * D_n * \\ * \frac{44}{12} * 10^{-3}, \quad (1)$$

Exemptions/reductions for biomass tax should also be provided, as emissions are offset by the growth of new trees. So, in order to improve the mechanism of environmental taxation of Ukraine, create a reliable source of funding for environmental protection activities and stimulate the introduction of resource-saving and environmentally friendly technologies into production, we consider it expedient to reorient environmental regulation from control over the level of environmental pollution to taxation of energy carriers.

Insights from this study and perspectives for further research in this direction. Looking globally, we have positive shifts toward ecological situation improvement. Ukraine is performing the first steps to harmonize and reform the environmental taxation system. In order to progress, it is necessary to take the experience of the countries which managed to succeed in this field. Environmental taxes not only directly address environmental damage but also indirectly influence the way of technological development. This effect should be considered when assessing the importance of taxes for green growth because technology development is also subject to market failures.

The main recommendations for reforming the "green" policy and environmental taxation system in Ukraine could be the following:

1. Balanced revenues to the budget due to the effective use of the country's resources and approximation of tax rates for CO_2 emissions to the European level. In general, the environmental tax rate is considered optimal if it is more profitable for economic agents to use modern technologies to reduce pollution than to pay an environmental tax. It is worth implementing taxation on a progressive scale and gradually increasing the environmental tax rate for carbon dioxide emissions by 10 hryvnias each year to reach the level of 60 hryvnias per ton by 2025. Along with the implementation of environmental tax rates by the level of "polluted" regions.

2. Increase the coefficient when calculating fees for over-limit emissions and discharges of polluting substances. Introduce a system of fines for environmental offences and expand the list of activities related to environmental protection measures in order

to use fiscal and credit levers to encourage nature users to preserve the environment.

3. Transfer fees for usage of natural resources or pollution of the environment to the financial results of the enterprise's economic activity, instead of the cost of production. Create conditions to refinance CO_2 emission tax amounts for the purposes of decarbonization and energy efficiency improvement;

4. Move towards changing the structure of environmental taxes in favour of energy and transport taxes, where the share of the former will be up to 50% of all revenues from environmental taxes, and the share of the latter — up to 20%. Also, simplify environmental tax administration and reduce transaction costs.

5. Taking into account that Ukraine has reached soils, the experience of EU countries regarding the tax on fertilizers and pesticides is gaining relevance.

6. Stimulate the use of biofuels for energy production and the transition of enterprises from fossil fuels to those produced from biologically renewable organic sources with the appropriate application of tax incentives, up to the establishment of a zero rate for CO_2 emissions for installations burning biofuels.

7. Create the State Fund for Environmental Protection as part of a special fund of the State Budget as a separate legal entity with the financing resources of 100% environmental tax of CO_2 emissions and 30% of remaining environmental tax except for the revenues of radioactive waste displacement. The allocation of funds should be controlled by the Cabinet of Ministers of Ukraine.

8. Use the experience of European countries in the introduction of Environmental Tax Reforms and, in response to the introduction of stricter tax regulation of environmental taxation with increased tax rates, make appropriate relief in the field of labour or capital taxation, such as income tax and/or social contributions. After all, further research is required as the increase in environmental tax rates can lead to a decrease in GDP, the level of population income and economic activity.

Literature/References

1. Antonenko V. M., Sukhina O. M., Lyashok Ya. O., Popova O. Yu., Dyakova Ya. Yu. Priority areas of reforming the order of environmental taxation of business entities. Efficient economy. 2021. No. 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9576 (access date: 07/16/2022).

2. Official website of the State Treasury Service of Ukraine. URL: https://www.treasury.gov.ua/en

3. Vasylyshina L. M. Decarbonization strategy of Ukraine's economy. Trends in the development of modern science. Abstracts of XXXI International Scientific and Practical Conference. Vancouver, Canada. 2021. P. 59–62.

4. Veklych O. O. The essence and content of the ecosystem approach concept in economic science. Economy of Ukraine. 2017. Vol. 12. P. 52–67.

5. Veklych O. O., Antonenko C. V., Maslyukivska O. P., Khvesyk M. A., Sinyakevich I. M., & Khlobistov E. V. Regulation of the mechanisms of ecologization of the economy through the implementation of environmental taxation. 2018.

6. Zhelezna T. A. The European "green" course and new opportunities for the development of renewable energy. Thermal physics and thermal energy. 2021. 43(1). P. 75–81.

7. Vollebergh H. Environmental taxes and Green Growth, The Hague: PBL Netherlands Environmental Assessment Agency. 2012. URL: https://www.pbl.nl/en/publications/environmental-taxes-and-green-growth

8. Smeets E. Weterings R. Environmental Indicators: Typology and Overview. Copenhagen: European Environment Agency. 1999. No. 25.

9. Vollebergh H. Environmental taxes and Green Growth, The Hague: PBL Netherlands Environmental Assessment Agency. 2012. URL: https://www.pbl.nl/en/publications/environmental-taxes-and-green-growth

10. Sheshinski E., Strom R. J., & Baumol W. J. (Eds.) Entrepreneurship, innovation, and the growth mechanism of the free-enterprise economies. Princeton University Press. 2021.

11. Bobrovsky A. L., Hetman A. P., & Granovska L. M. Technical exhibition "Waste: problems of collection, processing and utilization". Ecology. 2014. 5. P. 14–20.

12. Lucien Georgeson, Mark Maslin and Martyn Poessinouw The global green economy: a review of concepts, definitions, measurement methodologies and their interactions. 2017. URL: https://rgs-ibg.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/geo2.36

13. Piciu Gabriela Cornelia, Trica Carmen Lenuta Assessing the Impact and Effectiveness of Environmental Taxes. 2012.

14. Rozendaal R., & Vollebergh H. R. Policy-Induced Innovation in Clean Technologies: Evidence from the Car Market. Available at SSRN 3969578. 2021.

15. Biermann F. The future of 'environmental' policy in the Anthropocene: Time for a paradigm shift. Environmental Politics. 2021. 30(1–2). P. 61–80.

16. Resolution of the Cabinet of Ministers of March 3, 2021 № 179 "On approval of the National Economic Strategy for the period up to 2030". URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179–2021-%D0%BF#n25

17. Order of the Cabinet of Ministers of July 30, 2021 N 868-r "On approval of the Renewed nationally determined contribution of Ukraine to the Paris Agreement". URL: https://ips.ligazakon.net/document/kr210868?ed=2021_07_30

18. Official website of the State Statistics Service of Ukraine. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

19. Official website of the Ministry of Economy of Ukraine. URL: https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA

20. Official website of the Ministry of Finance of Ukraine. URL: https://www.mof.gov.ua/uk

21. Official website of the United Nations. URL: https://www.un.org/en/

22. European Commission, Directorate-General for Taxation and Customs Union, Taxation trends in the European Union: data for the EU Member States, Iceland, Norway and United Kingdom: 2021 edition. Publications Office. 2021. URL: https://data.europa.eu/doi/10.2778/732541

23. OECD. Environmentally Related Taxes in OECD Countries: Issues and Strategies. Paris: OECD Publishing. 2001. doi: https://doi.org/10.1787/9789264193659-en (accessed date 23.05.2022).

24. Official website of the International Monetary Fund. URL: https://www.imf.org/en/Home

25. Tax Code of Ukraine. (2010, December). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755–17/ed20141231/conv#n5980.

26. Budget Code of Ukraine. (2010, July). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456–17#n2290.

27. Cabinet of Ministers of Ukraine decree "On the approval of the National Economic Strategy for the period until 2030". URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179–2021-%D0%BF#Text

28. The circular economy action plan (CEAP). URL: https://ec.europa.eu/environment/strategy/circular-economy-action-plan_en

29. The European Battery Alliance (EBA). URL: https://ec.europa.eu/growth/industry/strategy/industrial-alliances/european-battery-alliance_en

30. The Farm to Fork Strategy. URL: https://ec.europa.eu/food/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en

31. Carbon adjustment mechanism at the border Border Carbon Adjustments. URL: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/carbon_border_adjustment_mechanism_0.pdf

32. The European Climate Law. URL: https://ec.europa.eu/clima/eu-action/european-green-deal/european-climate-law_en

33. The European Environment Agency (EEA). URL: https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/data/data-viewers/greenhouse-gases-viewer

34. LibMod analytical report. Ways to improve the tax on carbon dioxide emissions in Ukraine. URL: https://bit.ly/3NM38fi

УДК 336:6

Бондарчук Марія Костянтинівна
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри фінансів
Національного університету «Львівська політехніка»
Bondarchuk Mariia
Sc.D. in Economics, Professor,
Professor of Department of Finance
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0002-4624-0734

Ющик Юрій Володимирович
магістр кафедри фінансів
Національного університету «Львівська політехніка»
Yushchyk Yurii
Master of the Department of Finance of the
Lviv Polytechnic National University

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-7-8162

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ І ПАСИВАМИ БАНКУ

STRATEGIC MANAGEMENT DIRECTIONS ASSETS AND LIABILITIES OF BANK

***Анотація**. У статті для стабільної прибутковості комерційного банку запропоновано стратегічні напрями управління активами і пасивами банку. Для цього проведено дослідження теоретичних основ трактування фінансової стратегії банку, а також узагальнено основні етапи процесу формування стратегії фінансового розвитку банків (встановлення загального періоду формування фінансової стратегії, формування стратегічних цілей фінансової діяльності, розробка фінансової політики з окремих аспектів діяльності, конкретизація показників фінансової стратегії, оцінка розробленої фінансової стратегії).*

У цьому контексті проведено аналіз ефективності діяльності Кредобанку та SWOT-аналіз, визначені можливості, слабкі і сильні сторони. Звісно, найбільшою загрозою для банку є нестабільна ситуація в країні викликана війною, адже в таких умовах складати стратегію та слідувати їй складно. Встановлено, що Стратегія розвитку Кредобанку: удосконалює операційну модель та багатоканальну модель дистрибуції; використовує потенціал синергії внаслідок належності до групи PKO Bank Polski для створення «екосистеми» фінансових послуг для польсько-українського бізнесу; будує вартість на основі довготривалих відносин із задоволеними клієнтами та ентузіазму працівників; динамічно та, водночас, розсудливо збільшує масштаб свого бізнесу; здійснює глибоку цифрову трансформацію у всіх аспектах діяльності; забезпечує диверсифікованість діяльності і дисципліну в сфері управління ризиками та кібербезпеки, стійкість до ринкових потрясінь. Однак, обґрунтовані стратегічні напрями діяльності банку, дозволять йому стабільно працювати за будь яких змін в економічній ситуації.

Отож, в роботі удосконалено стратегію управління активами і пасивами комерційного банку з визначенням напрямів (маркетингова політика, політика залучення коштів, IT-сфера, інвестиційна політика) та механізмів реалізації.

***Ключові слова:** стратегія, управління активами і пасивами, банк, SWOT-аналіз.*

***Summary.** The article proposes strategic directions for managing the bank's assets and liabilities for stable profitability of a commercial bank. For this, a study of the theoretical foundations of the interpretation of the bank's financial strategy was carried out, as well as the main stages of the process of forming the strategy of financial development of banks were summarized (setting the general period of forming the financial strategy, forming the strategic goals of financial activity, developing a financial policy for certain aspects of activity, specifying the indicators of the financial strategy, evaluating developed financial strategy).*

In this context, an analysis of the effectiveness of Kredobank's activities and a SWOT analysis were carried out, opportunities, weaknesses and strengths were identified. Of course, the biggest threat to the bank is the unstable situation in the country caused by the war, because in such conditions it is difficult to formulate a strategy and follow it.

It was established that the Development Strategy of Kredobank: improves the operating model and the multi-channel distribution model; uses the synergy potential due to belonging to the PKO Bank Polski group to create an «ecosystem» of financial services for Polish-Ukrainian business; builds value based on long-term relationships with satisfied customers and enthusiastic employees; dynamically and, at the same time, prudently increases the scale of its business; carries out deep digital transformation in all aspects of activity; ensures diversification of activity and discipline in the field of risk management and cyber security, resistance to market shocks.

However, the well-founded strategic directions of the bank's activity will allow it to work stably despite any changes in the economic situation.

Therefore, the work has improved the strategy of managing assets and liabilities of a commercial bank with the definition of directions (marketing policy, fund raising policy, IT sphere, investment policy) and implementation mechanisms.

Key words: *strategy, asset and liability management, bank, SWOT analysis.*

Постановка проблема. Кожен суб'єкт підприємницької діяльності в процесі функціонування визначає свою генеральну стратегію. Кінцевою метою діяльності банку в ринкових умовах є отримання прибутку. Тому дуже важливо під час стратегічного планування врахувати усі фактори й аспекти подальшого розвитку для повного й обґрунтованого визначення величини прибутку та забезпечення певного рівня прибутковості. Водночас при стратегічному плануванні існує низка особливостей, специфічних аспектів, які треба враховувати для фінансового забезпечення, насамперед, сталого розвитку банку. На сьогодні і власники, і менеджери зацікавлені у формуванні ефективних ключових стратегій управління банком, зокрема й управління фінансами. У цьому контексті було запропоновано стратегічні напрями управління активами і пасивами банку з метою стабільної прибутковості банку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та постановка задач. Над питаннями сутності фінансових стратегій, процесу їх формування й оцінки якості працювали зарубіжні та вітчизняні економісти О. Андросова, Л. Жердецька, Л. Примостка, І. А. Бланк, М. Е. Портер, А. А. Томсон, А. Дж. Стрікленд, Б. А. Райзберг, Р. А. Фатхутдінов, І. І. Пушкар, Є. М. Кайлюк, Н. Н. Тренер, В. И. Щелкунова та Ю. П. Колбушкіна та інші. Аналіз публікацій з визначеної проблематики дає підстави зробити висновок, що на сьогодні науково-математичні підходи щодо потань формування фінансових стратегій банків й оцінювання якості їх інформованості належно не розроблені, тому ці питання потребують дослідження.

Фінансова стратегія — це складова фінансового планування. Як частина загальної стратегії економічного розвитку вона має узгоджуватись з цілями та напрямами останньої. В свою чергу, фінансова стратегія справляє суттєвий вплив на загальну економічну стратегію банків [1; 2; 4; 5; 8]. Під фінансовою стратегією слід розуміти формування системи довгострокових цілей фінансово-господарської діяльності і вибір найефективніших шляхів їх досягнення, зважаючи на тенденції розвитку фінансового ринку [1; 4; 7]. На думку [2; 6], фінансова стратегія являє собою стратегічну програму формування фінансових ресурсів та капітальних вкладень за рахунок власних та залучених зовнішніх коштів та капіталу, їх розподілу між корпоративними, функціональними та конкретними стратегіями, а також їх ефективного використання в процесі реалізації стратегій.

Метою статті є обґрунтування теоретико-прикладних підходів щодо визначення стратегічних альтернатив управління активами і пасивами комерційного банку. **Завдання роботи полягають у:** 1) дослідженні теоретичних основ трактування фінансової стратегії банку; 2) визначенні основних етапів процесу формування фінансової стратегії банків; 3) SWOT-аналізі управління активами і пасивами банку; 4) удосконаленні стратегії управління активами і пасивами одного з найбільш надійних банків України.

Виклад основного матеріалу. Фінансова стратегія включає методи та практику формування фінансових ресурсів, їх планування та забезпечення фінансової стійкості банків. Охоплює всі форми фінансової діяльності банку: оптимізацію основних та оборотних засобів, формування та розподіл прибутку, грошові розрахунки, інвестиційну політику [1].

Формування фінансової стратегії банків представимо на рисунку 1.

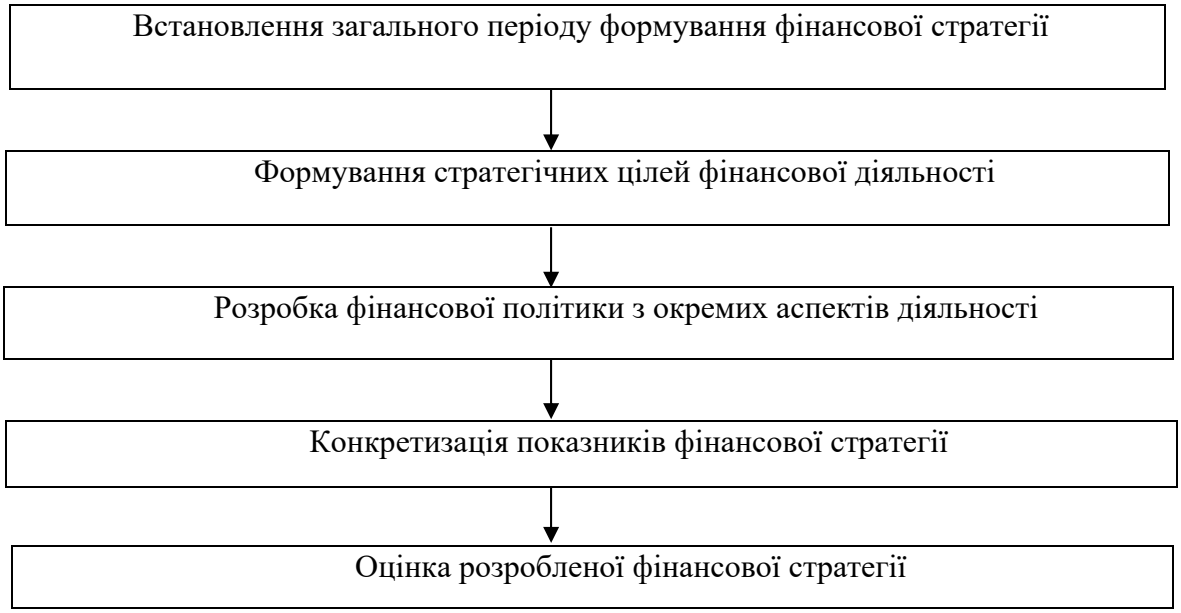


Рис. 1. Основні етапи процесу формування фінансової стратегії банків
Джерело: узагальнено авторами за [3; 5; 8]

Фінансова стратегія передбачає визначення довгострокових цілей фінансової діяльності та вибір найефективніших способів їх досягнення. Цілі фінансової стратегії мають підпорядковуватись загальній стратегії економічного розвитку та спрямовуватись на максимізацію прибутку банків. В процесі її розроблення слід врахувати динаміку макроекономічних процесів, тенденції розвитку вітчизняних фінансових ринків, можливості диверсифікації діяльності банків [4; 5; 6].

До основних функціональних банківських стратегій належать фінансова, організаційна, маркетингова, технологічна, обліково-аналітична, кадрова. З-поміж функціональних стратегій різні автори називають і такі, як соціальна, екологічна, операційна, інвестиційна, стратегія наукових досліджень та розробок, інноваційна, а також низку стратегій забезпечення: матеріально-технічного, розвитку загального управління, підвищення якості продукції та ін., але більшість із них у банківській діяльності має другорядне значення.

У процесі дослідження нами був проведений аналіз ефективності діяльності Кредобанку (таблиця 1).

Перша досліджувана група показників — показники ефективності роботи банку, демонструє досить статичну картину. Обидва параметра дещо знизилися у 2020 році, проте загальна ситуація за досліджуваний період не змінилася. Остання група, показники надійності банку, має дещо більш хитку динаміку. Основна причина — зниження показника миттєвої ліквідності у 2 рази станом на 2020 рік, із 16,5% до 8,4%. Частка власного капіталу в активах також зазнала невеличкого спаду, як і відношення кредитного портфелю до зобов'язань. Останній показник ілюструє перехід банка до менш ризикової кредитної політики у 2020 році.

У цьому контексті проведено аналіз сильних та слабких АТ «Кредобанк» та його можливості та загрози за допомогою SWOT-аналізу наведені у таблиці 2.

Як бачимо з SWOT-аналізу АТ «Кредобанк», можливості та сильні сторони переважають над загрозами та слабкими сторонами. Найбільшою загрозою для банку є нестабільна ситуація в країні викликана війною, адже в таких умовах складати стратегію та слідувати їй складно, проте банківський ринок досить добре зреагував на ситуацію в країні та не обвалилився.

Основною слабкою стороною банку — є неефективне програмне забезпечення, в порівнянні з Monobank та Privat24, додаток Kredobank суттєво поступається. Головною сильною стороною банку — є репутація надійного банку з іноземним капіталом та лідерство у Західній Україні та в напрямку іпотечного кредитування. Розвиток тісної співпраці між Польщею і Україною є суттєво можливою перевагою серед інших банків.

Основними стратегічними напрямами Кредобанку є [3]:

1. Роздрібний бізнес: споживчі кредити, кредити на придбання транспортних засобів (автокредити), іпотечні кредити, пакети для фізичних осіб.

Таблиця 1

Аналіз ефективності діяльності АТ «Кредобанк»

Показник	Метод розрахунку	Значення, %		
		2019 р.	2020 р.	2021 р.
Показники ефективності роботи банку				
Рентабельність активів	чистий прибуток / активи × 100%	2,71	2,03	2,34
Рентабельність капіталу	чистий прибуток / власний капітал × 100%	20,80	17,02	20,17
Показники ефективності використання ресурсів банку				
Загальна доходність активів	загальні доходи / активи × 100%	10,34	9,33	8,18
Чиста процентна маржа	чистий процентний дохід / активи × 100%	7,50	6,83	5,86
Чистий спред	процентні доходи / дохідні активи × 100% – процентні витрати / платні зобов'язання × 100%	9,35	9,08	7,67
Показники ефективності роботи банку (структури доходів та витрат)				
Коефіцієнт ефективності діяльності банку	загальні доходи / загальні витрати × 100%	147,01	136,10	153,72
відношення суми чистого процентного і чистого комісійного доходів до операційного прибутку	(чистий процентний дохід + чистий комісійний дохід) / операційний прибуток × 100%	95,17	92,64	91,29
відношення адміністративно-господарських витрат (АГВ) до операційного прибутку	АГВ / операційний прибуток Ч 100%	62,03	58,12	57,25
відношення адміністративно-господарських витрат до загальних витрат	АГВ / загальні витрати × 100%	91,19	79,10	88,00
Показники надійності банку				
Миттєва ліквідність	високоліквідні активи / зобов'язання за поточними рахунками × 100%	16,45	8,41	7,22
Частка власного капіталу в активах	власний капітал /активи × 100%	13,02	11,93	11,62
відношення кредитного портфелю до зобов'язань банку	кредитний портфель / зобов'язання × 100%	70,60	60,08	57,40

Джерело: розраховано авторами за [3]

Таблиця 2

SWOT-аналіз діяльності Кредобанку

	Позитивний вплив Сильні сторони	Негативний вплив Слабкі сторони
Внутрішнє середовище	1) Головним аукціонером є PKO Bank Polski S.A; 3) Репутація надійного банку; 4) Лідер в іпотечному кредитуванні; 5) Лідер у Західній Україні; 6) Відділення в усіх областях України; 7) широкий спектр банківських послуг.	1) Неефективне програмне забезпечення банку 2) Неефективна маркетингова стратегія банку
	Можливості	**Загрози**
Зовнішнє середовище	1) Розвиток тісної співпраці між Польщею і Україною; 2) Збільшення асортименту банківських продуктів та послуг	1) Нестабільна ситуація в країні 2) Еміграція населення; 3) Недосконале законодавство в сфері банківської діяльності 4) Протекціонізм державних банків;

Джерело: побудовано авторами за [3]

Таблиця 3

Напрями і механізми реалізації стратегії управління активами та пасивами банку

Напрям	Механізм
Маркетингова політика	– Розширення рекламної кампанії в медіапросторі; – Розширення ринків клієнтів; – Впровадження політики лояльності для категорій клієнтів
Політика залучення коштів	– Збільшення відсоткових ставок на залишок коштів на поточних рахунках; – Розроблення тарифних пакетів за строковими вкладами для різних категорій населення; – Реструктуризація певної частки наявних кредитів
IT-сфера банку	– Удосконалення технологій обслуговування; – Впровадження нових послуг з використанням інноваційних технологій
Інвестиційна політика	– Кредитування приватного сектору економіки; – Кредитування державного сектору економіки; – Інвестиції в спільні проекти сталого розвитку з іншими учасниками ринку

Джерело: побудовано авторами

2. Мікро-, малий та середній бізнес (МСБ): обігові кредити, овердрафти, інвестиційні кредити, агрокредитування, лізинг, пакети для МСБ, обслуговування зовнішньоекономічної діяльності.

3. Корпоративний бізнес: обігові кредити, інвестиційні кредити, овердрафти, агрокредитування, лізинг, пакети для корпоративних клієнтів, обслуговування зовнішньоекономічної діяльності.

4. Казначейські операції: інвестиції в інструменти внутрішнього державного боргу.

Всі ці складові стратегії формують подальшу альтернативу діяльності банку для забезпечення його стратегічного розвитку. Банк акцентує свою увагу на слабких сторонах та намагається їх виправити, це стосується IT-систем банку та залучення клієнтів.

Постійні зміни в економічній ситуації в країні та світі провокують нові проблеми управління активними операціями комерційних банків. Це у свою чергу вимагає своєчасної розробки та впровадження нових і удосконалення діючих механізмів здійснення активних операцій банківських установ. Лише реалізація таких адекватних механізмів дозволить, з одної сторони, задовольнити потреби споживачів банківських послуг, а з іншої — банківським установам, отримати необхідний рівень прибутку за прийнятного для них ризику [4].

Протягом останніх років намітилася тенденція стрімкого зростання активів українських банків, що зумовлює активізацію процесів управління банківськими активами. За умов високої ризикості ринкового середовища фінансова стійкість банку залежить від забезпечення прибуткової діяльності, вибору раціонального варіанта розміщення ресурсів, можливості оцінювати та контролювати ризики [5].

Зазначені процеси вимагають розроблення адекватних методів управління банківським портфелем активів з урахуванням не лише їхньої дохідності, а й відповідного рівня ризиковості.

Висновки і перспективи досліджень. Отож, стратегія управління активами комерційних банків потребує модернізації, а саме впровадження нових інструментів інвестування, таких як: 1) інвестиції в державний сектор економіки (надання кредитів для реалізації спільних проектів з країною, даний вид синергії здатний принести значний позитивний ефект, як і для банку, так і для країни), адже зараз більшість проектів реалізовується кредитними коштами іноземним фінансових організацій; 2) інвестиції в приватний сектор (надання кредитів для підприємців), в умовах сьогодення це вагомий крок для перезапуску економіки та створення нових робочих місць; 3) запровадження посередницьких послуг на фондовому ринку, а саме механізму через який клієнти змогли б купувати цінні папери, так як дана ніша в Україні є новою та з часом буде користуватися все більшим попитом

При цьому, важливо всесторонньо оцінювати поточний стан за фактичних ринкових умов для побудови стратегії діяльності банку.

Література

1. Кайлюк Є. М. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Є. М. Кайлюк, В. М. Андрєєва, В. В. Гриненко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків: ХНАМГ, 2010. 279 с.

2. Михайляк Г. В. Кредитна політика та шляхи її оптимізації [Електронний ресурс] / Г. В. Михайляк, І. В. Михайляк // Гроші, фінанси і кредит. 2018. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/27_2_2018/20.pdf

3. Kredobank. URL: https://kredobank.com.ua/

4. Харченко Т. О. Особливості стратегічного управління в банківській системі [Електронний ресурс] / Т. О. Харченко, А. О. Ковтун // Ефективна економіка. 2019. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2019/58.pdf

5. Бєлосохова А. О. Менеджмент активних операцій банку та їх оптимізація [Електронний ресурс] / А. О. Бєлосохова // Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. 2018. URL: http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/26886

6. Бондарчук М. К., Паранчук С. В., Вівчар О. Й., Моторя К. В. Моделювання процесу управління фінансовою стійкістю комерційного банку // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2021. № 2. doi: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-2-6938

7. Ющик Ю., Мороз Н. Вплив іноземного капіталу на функціонування банківської системи України. Збірник наукових праць ΛΌГОΣ. 2021. doi: https://doi.org/10.36074/logos-28.05.2021.v1.06

8. Шкварчук Л. О., Слав'юк Р. А., Сова О. О. Заощадження домогосподарств: схильність, пріоритети та фактори. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми економіки та управління. 2020. Том 4, № 1. С. 109–118.

References

1. Kailyuk E. M. Strategic management: training. manual / E. M. Kailyuk, V. M. Andreeva, V. V. Grynenko; Hark. national Acad. urban farm. Kharkiv: KhNAMG, 2010. 279 p.

2. Mykhaylyak G. V. Credit policy and ways of its optimization [Electronic resource] / G. V. Mykhaylyak, I. V. Mykhaylyak // Money, finance and credit. 2018. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/27_2_2018/20.pdf

3. Kredobank. URL: https://kredobank.com.ua/

4. Kharchenko T. O. Peculiarities of strategic management in the banking system [Electronic resource] / T. O. Kharchenko, A. O. Kovtun // Effective economy. 2019. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2019/58.pdf

5. Byelosokhova A. O. Management of active bank operations and their optimization [Electronic resource] / A. O. Byelosokhova // Odesa National University named after I. I. Mechnikov. 2018. URL: http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/26886

6. Bondarchuk M., Paranchuk S. V., Vivchar O. Y., Motorya K. V. Modeling the process of managing the financial stability of a commercial bank // International scientific journal «Internauka». Series: «Economic Sciences». 2021. #2. doi: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-2-6938

7. Yushchyk Yu., Moroz N. The influence of foreign capital on the functioning of the banking system of Ukraine. Collection of scientific papers ΛΌГОΣ. 2021. doi: https://doi.org/10.36074/logos-28.05.2021.v1.06

8. Shkvarchuk L. O., Slav'yuk R.A., Sova O. O. Household savings: propensity, priorities and factors. Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Series: Problems of economics and management. 2020. Volume 4, number 1. P. 109–118.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».
Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».
Series: «Economic sciences»

№ 7(63)

Головний редактор — *Камінська Т. Г.*

Київ 2022

Видано у авторській редакції

Адреса редакції: Україна, м. Київ, вул. Ломоносова, буд. 18
Контактний телефон: +38(044) 222 58 89
Контактний телефон: +38(067) 401 84 35
E-mail: editor@inter-nauka.com

Підписано у друк 31.07.2022. Формат 60×84/8
Папір офсетний. Гарнітура UkrainianSchoolBook. Друк офсетний.
Умовно-друкованих аркушів 23,72. Тираж 100. Заказ № 217.
Ціна договірна. Надруковано з готового оригінал-макета.

Надруковано у видавництві
ТОВ «Центр учбової літератури»
вул. Лаврська, 20, м. Київ
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції ДК № 2458 від 30.03.2006 р.