

ISSN 2307-2318

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ЕКОНОМІКА і ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ

ECONOMICS AND ORGANIZATION OF MANAGEMENT

ЖУРНАЛ

Засновано у 2007 р.

Випуск №4 (36) • 2019

Вінниця • 2019

УДК 338.24(045)

З а с н о в н и к : Донецький національний університет імені Василя Стуса, Економічний факультет
В и д а в е ц ь : Донецький національний університет імені Василя Стуса, Економічний факультет
Друкується за рішенням Вченої Ради ДонНУ імені Василя Стуса (протокол № 5 від 27.12.2019 р.)

Представлено результати досліджень в сфері глобальної, національної, регіональної та корпоративної економіки, фінансів та управління. Наведені в журналі статті будуть корисними для науковців, викладачів вищих навчальних закладів, спеціалістів-практиків, аспірантів, докторантів та студентів.

Р е д а к ц і й н а к о л е г і я :

Хаджинов І.В. – д.е.н., професор, проректор з наукової роботи Донецького національного університету імені Василя Стуса (головний редактор);

Антонюк Л.Л. – д.е.н., професор, проректор з наукової роботи Київського національного університету імені Вадима Гетьмана;

Безгін К.С. – д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту та поведінкової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Брич В.Я. – д.е.н., професор, директор Навчально-наукового інституту інноваційних освітніх технологій Тернопільського національного економічного університету;

Дороніна О.А. – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту та поведінкової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Жигар М.О. – к.е.н доцент, доцент кафедри фінансів імені Л. Л. Тарангул, Університет державної фіскальної служби України;

Іонін Є.Є. – д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку, аналізу та аудиту Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Козловський С.В. – д.е.н., професор, професор кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Лактіонова О.А. - д.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Левченко О.М. – д.е.н., професор, проректор з наукової роботи Центральноукраїнського національного технічного університету;

Лісогор Л.С. – д.е.н., професор, головний науковий співробітник відділу соціальної політики Національного інституту стратегічних досліджень;

Орехова Т.В. – д.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної і соціальної роботи та міжнародного співробітництва Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Міщук Г.Ю. – д.е.н., професор, завідувач кафедри трудових ресурсів і підприємництва Національного університету водного господарства та природокористування;

Савченко М.В. - д.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедри міжнародних економічних відносин Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Сидорова А.В. - д.е.н., професор, завідувач кафедри бізнес-статистики та економічної кібернетики Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Ушенко Н.В. – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та бізнес-технологій Національного авіаційного університету;

Шаульська Л.В. – д.е.н. професор, декан економічного факультету Донецького національного університету імені Василя Стуса

Захариев А. (Zahariev A.) – завідувач кафедри «Фінанси і кредит» Господарської Академії імені Д.А.Ценова (Болгарія), професор,

Польовчик Я. (Polowczyk J.) - професор Університету економіки і бізнесу (Польща)

Москардіні А. (Moscardini A.) – PhD, професор університету Northumbria, (Велика Британія).

Шолтес М. (Soltés M.) – декан економічного факультету Кошицького технічного університету, доктор інженерних наук, PhD (Словачина).

Збірник наукових праць засновано у 2007 р., свідоцтво КВ № 22679-12579ПР. Збірник наукових праць внесено до переліку наукових фахових видань України з економічних наук наказом Міністерства освіти і науки України № 241 від 09.03.2016 р.

Періодичність видання: 4 рази на рік.

Адреса редакції: 21021, м. Вінниця, вул. 600-річчя, 21 тел. 095-308-34-80 e-mail: ecomana-period.div@donnu.edu.ua
Електронна копія журналу в Національній бібліотеці ім. В.І. Вернадського: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Eiou/index.html

ЗМІСТ

<p>Безгін К.С., Панченко І.В. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-АКТИВНОГО СЕРЕДОВИЩА СПІВТВОРЧОСТІ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ..... 7</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Безгін К.С., Панченко І.В.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННО-АКТИВНЫХ СРЕД СОТВОРЧЕСТВА: ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Bezgin K., Panchenko I.</i> CREATING INNOVATIVE ACTIVE CO-CREATION ENVIRONMENTS: ORGANIZATIONAL AND MANAGERIAL ASPECTS</p> <p>Захарова О.В., Проданова Л.В., Клівак О.О. ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРИКЛАДІ МОДЕЛІ БІЗНЕСУ INDITEX..... 21</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Захарова О.В., Проданова Л.В., Клівак О.О.</i> ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРИМЕРЕ МОДЕЛИ БИЗНЕСА INDITEX</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Zakharova O., Prodanova L., Klivak O.</i> INNOVATIVE MARKETING MANAGEMENT'S METHODS ON THE EXAMPLE INDITEX'S BUSINES`S MODEL</p> <p>Лактіонова О.А., Коберник Т.А. АНАЛІЗ ЧИННИКІВ ДОСТУПУ ДО КАПІТАЛУ ТА ІНФРАСТРУКТУРИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ..... 30</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Лактіонова О.А., Коберник Т.А.</i> АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ДОСТУПА К КАПИТАЛУ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНЕ</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Laktionova A., Kobernyk T.</i> ANALYSIS OF THE FACTORS OF ACCESS TO CAPITAL AND INFRASTRUCTURE OF SMALL BUSINESS IN THE REGION</p> <p>Сидорова А.В., Кобідзе Н.Н. ОСОБЛИВОСТІ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВИТИ В НОВІЙ ЕКОНОМІЦІ 40</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Сидорова А.В., Кобідзе Н.Н.</i> ОСОБЕННОСТИ УСЛУГ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Sidorova A., Kobidze N.</i> FEATURES OF HIGHER EDUCATION SERVICES IN THE NEW ECONOMY</p> <p>Савченко М.В., Короленко В.О., Порошина О.В. СУЧАСНИЙ СТАН КРИПТОВАЛЮТИ НА ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ АРЕНІ ТА ЇЇ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ. 48</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Савченко М.В., Короленко В.О., Порошина О.В.</i> СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ НА ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АРЕНЕ И ЕЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В УКРАИНЕ И МИРЕ</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Savchenko M., Korolenko V., Poroshyna O.</i> THE CURRENT STATE OF THE CRYPTOCURRENCY IN THE GLOBAL ECONOMIC ARENA AND ITS PROSPECTS OF DEVELOPMENT IN UKRAINE AND THE WORLD</p> <p>Яценко О.М., Ускова Д.С. МІЖДЕРЖАВНІ ТОРГОВЕЛЬНІ СУПЕРЕЧКИ ЯК ВИЯВЛЕННЯ ПОЛІТИКИ ПРОТЕКЦІОНІЗМУ 58</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Яценко О.М., Ускова Д.С.</i> МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫЕ ТОРГОВЫЕ СПОРЫ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ПОЛИТИКИ ПРОТЕКЦИОНИЗМА</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Yatsenko O., Uskova D.</i> INTERSTATE TRADE DISPUTES AS A MANIFESTATION OF PROTECTIONISM POLICY</p>	<p>7</p> <p>21</p> <p>30</p> <p>40</p> <p>48</p> <p>58</p>
--	--

Ахновська І.О.

ВІДКРИТА ТА НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА: КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ66

Ахновская И.А.

ОТКРЫТОЕ И НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ

Akhnovska I.

OPEN AND NON-FORMAL EDUCATION: COMPARATIVE ANALYSIS

Біркентале В.В., Статкевич К.О.,

«ПАРАЗИТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ»: РИЗИКИ ТА АЛГОРИТМ ЗАХИСТУ

ДЛЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК77

Биркентале В.В., Статкевич К.А.

«ПАРАЗИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»: РИСКИ И АЛГОРИТМ ЗАЩИТЫ

ДЛЯ ТОРГОВЫХ МАРОК

Birkentale V., Statkevych K.

«PARASITIC MARKETING»: RISKS AND PROTECTION ALGORITHM FOR TRADEMARKS

Буряк Є.В.

ГЕНЕЗИС СУСПІЛЬНОГО ПРОГРЕСУ ТА ТЕОРІЯ ІНТЕГРАЦІЇ: ЗНАННЯ В

ПЕРСПЕКТИВНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА РЕГІОНІВ92

Буряк Е.В.

ГЕНЕЗИС ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОГРЕССА И ТЕОРИЯ ИНТЕГРАЦИИ: ЗНАНИЕ В

ПЕРСПЕКТИВНОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ И РЕГИОНОВ

Buryak Y.

GENESIS OF SOCIAL PROGRESS AND INTEGRATION THEORY: KNOWLEDGE IN

THE PERSPECTIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES AND REGIONS

Збрицька Т.П., Сорока О.В.

ВПЛИВ СТРАТЕГІЧНИХ ПРОГРАМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ НА

ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА РІВНІ

ДЕРЖАВА-РЕГІОН101

Збрицкая Т.П., Сорока А.В.

ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПРОГРАММ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ

ПОЛИТИКИ НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

НА УРОВНЕ ГОСУДАРСТВО-РЕГИОН

Zbritskaya T., Soroka A.

INFLUENCE OF STRATEGIC PROGRAMS OF SOCIO-ECONOMIC POLICY ON THE

FORMATION AND DEVELOPMENT OF HUMAN POTENTIAL AT THE LEVEL OF THE

STATE-REGION

Kostenyuk Y., Kapitonets M.

LOGISTIC OUTSOURCING IN UKRAINE: STATUS AND FEATURES OF DEVELOPMENT117

Костенюк Ю.Б., Капитонец М.В.

ЛОГИСТИЧНИЙ АУТСОРСИНГ В УКРАЇНІ: СТАН ТА СОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

Костенюк Ю.Б., Капитонец М.В.

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ АУТСОРСИНГ В УКРАИНЕ: СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ

РАЗВИТИЯ

Панкова Л.І.

ІННОВАЦІЙНА ПРАЦЯ В СИСТЕМІ ДРАЙВЕРІВ ІННОВАЦІЙНОГО

КЛАСТЕРОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ126

Панкова Л.И.

ИННОВАЦИОННЫЙ ТРУД В СИСТЕМЕ ДРАЙВЕРОВ ИННОВАЦИОННОГО

КЛАСТЕРООБРАЗОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

Pankova L.

INNOVATIVE WORK IN THE DRIVER SYSTEM OF INNOVATIVE CLUSTERING OF

ENTERPRISES OF THE REGION

Рубан Т.Є., Сидорова А.В.

**ОЦІНКА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ
РЕСПУБЛІКИ БІЛОРУСЬ.....**

135

Рубан Т.Е., Сидорова А.В.

ОЦЕНКА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ

Ruban T., Sidorova A.

SOLVENSY ASSESSMENT OF INSURANCE ORGANIZATIONS OF
THE REPUBLIC OF BELARUS

Сивицька І. Г., Синиченко А. В.

**ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПЕРСОНІФІКОВАНОГО НАВЧАННЯ В УПРАВЛІННІ
РОЗВИТКОМ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТІ ПЕРСОНАЛУ**

145

Сивицкая И. Г., Синиченко А. В.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ В
УПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЕМ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ ПЕРСОНАЛА

Syvutska I., Synychenko A.

ORGANIZATION OF A SYSTEM OF PERSONALIZED TRAINING IN MANAGING OF
DEVELOPMENT OF CUSTOMER-ORIENTED STAFF

Слоква М.Г., П'янкова О.В.

**ЕКОЛОГІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ
ЕНЕРГЕТИЧНИХ ТА ЕКОЛОГІЧНИХ ТРЕНДІВ**

154

Слоква М.Г., Пьянкова О.В.

ЭКОЛОГИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ГЛОБАЛЬНЫХ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ И ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТРЕНДОВ

Slokva M., Piankova O.

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY GLOBAL
ENERGY AND ENVIRONMENTAL TRENDS

Таранич А.В., Таранич О.В.

**УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМИ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ СТРУКТУРАМИ НА ЗАСАДАХ
МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ НА СВІТОВИХ ТОВАРНИХ РИНКАХ.....**

168

Таранич А.В., Таранич О.В.

УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫМИ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ СТРУКТУРАМИ НА
ОСНОВЕ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА НА МИРОВЫХ ТОВАРНЫХ РЫНКАХ

Taranych A., Taranych O.

MANAGEMENT OF CORPORATE ORGANIZATIONAL STRUCTURES ON THE BASIS OF
INTERNATIONAL MARKETING IN THE WORLD MARKETS

Шкурат М.Є., Неголюк Ю.В.

**КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО НАПРЯМКУ «ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА»
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗОВАНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

179

Шкурат М.Е., Неголюк Ю.В.

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО НАПРАВЛЕНИЯ «ЗЕЛЕНАЯ
ЭКОНОМИКА» В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫХ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ
ПРОЦЕССОВ

Shkurat M., Negolyuk Y.

KEY FACTORS OF DEVELOPMENT OF INNOVATIVE DIRECTION OF "GREEN"
ECONOMY IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZED TRANSFORMATION PROCESSES

Семеніхіна В.В.

**СОЦІО-ЕКОЛОГІЧНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО УСПІШНОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

186

Семенихина В.В.

СОЦИО-ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО
УСПЕШНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Semenikhina V.

SOCIO-ECOLOGICAL VECTOR OF DEVELOPMENT OF ACTIVITY OF A MODERN
SUCCESSFUL ENTERPRISE

- Гладкова А.О.**
СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ
КОНКУРЕНЦІЇ.....198
Гладкова А.О.
 СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ
 ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ
Hladkova A.
 ENTREPRENEURSHIP STRATEGIC DEVELOPMENT UNDER
 GLOBAL COMPETITION
- Орехова Т.В., Марценюк О.В., Якимова Н.С.**
ЕКСПЕРТНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УМОВ ТА ПОТЕНЦІЙНИХ ЗАГРОЗ ДЛЯ
ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ210
Орехова Т.В., Марценюк О.В., Якимова Н.С.
 ЭКСПЕРТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ УСЛОВИЙ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ УГРОЗ ДЛЯ
 ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В ВИННИЦКОЙ ОБЛАСТИ
Oriekhova T., Martseniuk O., Yakymova N.
 EXPERT RESEARCH OF CONDITIONS AND POTENTIAL THREATS FOR DOING
 BUSINESS IN VINNYTSIA REGION
- Клочковська В.О., Клочковський О.В., Гуцуляк Н.П.**
СОЦІАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ: ГЕНДЕРНО-ВІКОВИЙ АСПЕКТ219
Клочковская В.А., Клочковский А.В., Гуцуляк Н.П.
 СОЦИАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА:
 ГЕНДЕРНО-ВОЗРАСТНОЙ АСПЕКТ
Klochkovska V., Klochkovskyi O., Hutsulyak N.
 SOCIAL POTENTIAL OF DEVELOPMENT OF THE REGION: GENDER-AGE ASPECT
- Мієнковська-Норкієне Р.**
INSTITUTIONALIZATION OF THE EU POLICY COORDINATION SYSTEM –
CASE OF POLAND225
Меньковська-Норкієне Р.
 ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ КООРДИНАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ПОЛІТИКИ:
 ДОСВІД ПОЛЬЩІ
Меньковска-Норкієне Р.
 ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ КООРДИНАЦИИ ЕВРОПЕЙСКОЙ
 ПОЛИТИКИ: ОПЫТ ПОЛЬШИ
- Надольська Я., Павленко І.**
ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ С ТОЧКИ
ЗРЕННЯ НЕОФУНКЦІОНАЛІЗМА.....235
Надольська Я., Павленко І.
 ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ З ТОЧКИ ЗОРУ
 НЕОФУНКЦІОНАЛІЗМУ
Nadolska J., Pavlenko I.
 INSTITUTIONALIZATION OF EUROPEAN SOCIAL POLICY FROM THE PERSPECTIVE
 OF NEO-FUNCTIONALISM

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.1

УДК 658.012.23

Безгін К.С., д.е.н., професор кафедри менеджменту та поведінкової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса

Панченко І.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та поведінкової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-АКТИВНОГО СЕРЕДОВИЩА СПІВТВОРЧОСТІ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ

Ключовою ідеєю, що актуалізує необхідність використання інноваційно-активних середовищ співтворчості є необхідність збалансованої, нелінійної реакції суб'єктів господарювання на зростаючу складність і невизначеність ринкових процесів в контексті імплементації імперативів сталого розвитку. Метою статті є розробка науково-практичних рекомендацій, орієнтованих на систематизацію та експлікацію організаційно-управлінських аспектів формування інноваційно-активних середовищ співтворчості. Систематизація і експлікація ключових факторів збірки інноваційно-активного полісуб'єкта, реалізована за допомогою аналізу і узагальнення теоретичних і емпіричних конструктів процесу колаборації. Процесуальність формування інноваційно-активних середовищ співтворчості представлена і обґрунтована за допомогою дескриптивного підходу. Проведено аналіз організаційно-управлінського аспекту процесу формування інноваційно-активних середовищ співтворчості. В результаті якого експлікований перелік потенційних стейкхолдерів процесу співтворчості, а також структуровані ключові поведінкові тригери (інтереси, потреби), що ініціюють механізм спільної творчості. У роботі систематизовано основні поведінкові особливості учасників процесу спільної творчості, розставлені рекомендаційні акценти організаційно-управлінського характеру. Реалізовано базовий поділ існуючих форм і видів співтворчості, з їх подальшим змістовним і смисловим наповненням. Резюмовано, що в сучасних умовах штучна відособленість інноваційної діяльності підприємства від зовнішнього середовища обумовлює низьку конгруентність її результатів. Розглянуті механізми співтворчості, в більшості своїй, мають характер паліативного засобу, що знімає первинну напругу між підприємством і ринком, які потребують свого подальшого розвитку і вдосконалення. Проте, подібна форма взаємодії дозволяє ідентифікувати основні тренди організаційно-управлінських трансформацій, пов'язаних з необхідністю забезпечення гетерархічності, відкритості, симбіотичності внутрішніх процесів діяльності підприємства, щоб сформувати конструктивні передумови його нативної коеволюції з зовнішнім середовищем.

Ключові слова: інноваційно-активне середовище, колаборація, коеволюція, краудсорсинг, краудфандинг, стейкхолдер, надситуативна активність.

Рис. - 4, Літ. – 13.

Безгін К.С., Панченко І.В.

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННО-АКТИВНЫХ СРЕД СОТВОРЧЕСТВА: ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Ключевой идеей, актуализирующей необходимость использования инновационно-активных сред сотворчества является необходимость сбалансированной, нелинейной реакции субъектов хозяйствования на возрастающую сложность и неопределенность рыночных процессов в контексте имплементации императивов устойчивого развития. Целью статьи является разработка научно-практических рекомендаций, ориентированных

на систематизацию и экспликацию организационно-управленческих аспектов формирования инновационно-активных сред сотворчества. Систематизация и экспликация ключевых факторов сборки инновационно-активного полисубъекта, реализована посредством анализа и обобщения теоретических и эмпирических конструктов процесса коллаборации. Процессуальность формирования инновационно-активных сред сотворчества представлена и обоснована с помощью дескриптивного подхода. Проведен анализ организационно-управленческого аспекта процесса формирования инновационно-активных сред сотворчества. В результате которого эксплицирован перечень потенциальных стейкхолдеров процесса сотворчества, а также структурированы ключевые поведенческие триггеры (интересы, потребности), запускающие механизм совместного творчества. В работе систематизированы основные поведенческие особенности участников процесса совместного творчества, расставлены рекомендационные акценты организационно-управленческого характера. Реализовано базовое разделение существующих форм и видов сотворчества, с их последующим содержательным и смысловым наполнением. Резюмировано, что в сложившихся условиях искусственная обособленность инновационной деятельности предприятия от внешней среды обуславливает низкую конгруэнтность ее результатов. Рассмотренные механизмы сотворчества, в большинстве своем, имеют характер паллиативного средства, снимающего первичное напряжение между предприятием и рынком, которые нуждаются в своем дальнейшем развитии и совершенствовании. Тем не менее, подобная форма взаимодействия позволяет идентифицировать основные тренды организационно-управленческих трансформаций, связанных с необходимостью обеспечения гетерархичности, открытости, симбиотичности внутренних процессов деятельности предприятия, чтобы сформировать конструктивные предпосылки его нативной коэволюции с внешней средой.

Ключевые слова: инновационно-активная среда, коллаборация, коэволюция, краудсорсинг, краудфандинг, стейкхолдер, надситуативная активность.

Bezgin K., Panchenko I.

CREATING INNOVATIVE ACTIVE CO-CREATION ENVIRONMENTS: ORGANIZATIONAL AND MANAGERIAL ASPECTS

The key idea that actualizes the need to use innovatively active co-creation environments is the need for a balanced, non-linear reaction of business entities to the increasing complexity and uncertainty of market processes in the context of the implementation of sustainable development imperatives. The aim of the article is to develop scientific and practical recommendations aimed at systematizing and explicating organizational and managerial aspects of the formation of innovatively active co-creation environments. The systematization and explication of the key factors of the assembly of an innovatively active polysubject is realized through analysis and generalization of theoretical and empirical constructs of the collaboration process. The process of forming innovatively active co-creation environments is presented and substantiated using a descriptive approach. The analysis of the organizational and managerial aspect of the process of formation of innovatively active environments of co-creation. As a result of which a list of potential stakeholders of the co-creation process is explicated, key behavioral triggers (interests, needs) that initiate the mechanism of joint creativity are structured. The work systematizes the main behavioral characteristics of the participants in the process of joint creativity, recommendatory accents of an organizational and managerial nature. A basic separation of existing forms and types of co-creation has been implemented, with their subsequent substantial and semantic filling. It is summarized that, under the current conditions, the artificial isolation of the innovation activity of an enterprise from the external environment determines the low congruence of its results. The considered co-creation

mechanisms, for the most part, have the character of a palliative means that relieves the primary tension between the enterprise and the market, which need their further development and improvement. Nevertheless, this form of interaction allows us to identify the main trends in organizational and managerial transformations associated with the need to ensure the hierarchy, openness, and symbiotic nature of the internal processes of the enterprise, in order to form the constructive premises of its native co-evolution with the external environment.

Key words: innovative active environment, collaboration, co-evolution, involution, crowdsourcing, crowdfunding, stakeholder, suprasituational activity.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Дисонанс між сферами виробництва і споживання, в сучасних умовах, виявляється у розбіжності між реально існуючими потребами ринку і результатами господарської діяльності, що покликані їх задовольнити. Загальносвітова статистика виглядає не втішно – 8 з 10 створюваних інновацій відторгаються ринком. Майже половина стартапів зазнає невдачу через створення інноваційних цінностей, яких ринок не потребує. Все це є прямим підтвердженням обмеженості епістемічних позицій існуючих управлінських підходів, орієнтованих на управління інноваційним розвитком, як на макро-, так і на мікрорівнях. Домінування лінійної і нормативної парадигми в менеджменті створення інноваційних цінностей, ініціює виникнення цілого ряду соціально-економічних протиріч, які потребують свого вирішення. Це обумовлює необхідність переорієнтації дослідного вектору на нелінійну і поведінкову парадигми, які мають сформулювати релевантний епістемічний базис соціогуманітарних технологій, що покликані вирішувати перманентно виникаючі суперечності інноваційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічний базис нелінійних процесів створення інноваційних цінностей закладений у працях таких дослідників: Й. Бенклер, Г. Бхолла, Т. Давіла, П. Друкер, М. Епштейн, М. Кастельс, К. Крістенсен, К. Лакхані, Ч. Лідбітер, К. Прахалад, В. Рамасвами, Е. Роджерс, Д. Старк, Дж. Хау, Е. Хиппель, Г. Чесбро, Ф. Янсен. Не дивлячись на значний інтерес до розробленої теми, більшість поведінкових і емпіричних аспектів формування інноваційно-активних середовищ співтворчості (ІАСС), представлені в роботах зазначених авторів фрагментарно, що позбавляє потенційних суб'єктів інноваційного розвитку цілісного розуміння, прирікаючи останніх на вчинення типових помилок організаційно-управлінського характеру.

Мета статті – розробка науково-практичних рекомендацій, орієнтованих на систематизацію та експлікацію організаційно-управлінських аспектів формування інноваційно-активних середовищ співтворчості.

Основний матеріал. На ступень розробленості досліджуваного напрямку вказує семантично аморфна конструкція поняття «інноваційно-активне середовище». Так, наприклад М. Кастельс під інноваційним середовищем розуміє «специфічну сукупність відносин виробництва і менеджменту, засновану на соціальній організації, яка у цілому розділяє культуру праці й інструментальні цілі, які спрямовані на генерування нового знання, нових процесів і нових продуктів. ... Специфіку інноваційного середовища визначає саме її здатність генерувати синергію, тобто додана вартість отримується не з кумулятивного ефекту елементів, які присутні у середовищі, але з їх взаємодії. Інноваційні середовища є фундаментальними джерелами інновацій та створення доданої вартості у процесі промислового виробництва в інформаційну епоху» [1, с. 422]. В роботі під ІАСС, будемо розуміти сукупність умов, що забезпечують передумови для ефективної взаємодії стейкхолдерів, що представляють різні сфери знань, з приводу

створення інноваційної цінності. В контексті створюваних умов, слід звернути увагу на те, що трансляція ідей і смислів в інноваційно-активних середовищах співтворчості від носіїв (донорів) до отримувачів (реципієнтів) відбувається не суто технічно (нормативно), а з урахуванням комплексу поведінкових передумов (ціннісно-цільових, мотиваційних, комунікаційних та ін.), що забезпечують найбільш сприятливий режим творчої взаємодії суб'єктів, які представляють принципово різні сфери знань. Суттєвою перевагою ІАСС є її здатність до обміну неявними (особистісними, невідчужуваними) знаннями [13]. Розрізнення знань на явні (відчужувані), ті які можливо вербалізувати та кодифікувати – можна передати без особистого контакту з людиною (книги, інструкції, програми та ін.) та невідчужувані, в яких, доречі, і міститься суттєва характеристика. З неявним знанням, яке може знаходитися як на суб'єктному так і на полісуб'єктному рівні подібний механістичний спосіб розповсюдження знання виключено. Неявне знання може бути передане тільки за рахунок особистого контакту носія з отримувачем, що і відбувається у межах інноваційно-активних середовищ співтворчості. При дослідженні процесу формування ІАСС будемо виходити з таких його властивостей: автопоетичність; невизначеність; операційна замкнутість; гетерархічність; симбіотичність; складність [2].

В ринковому середовищі, що динамічно розвивається та зумовлює активну зміну потреб і переваг споживачів, суб'єкту господарювання необхідно використовувати технології конвергенції інноваційної системи підприємства і ринку, за допомогою відкриття окремих етапів процесу створення цінності для інноваційно-активних суб'єктів зовнішнього середовища (споживачі, дилери, постачальники та ін.). Організація діалогу між суб'єктом господарювання і суб'єктами ринку є формою колабораційної творчості, що дозволяє підвищити консонансність створюваних інновацій. Даний полілог будується на доступності та прозорості (транспарентності) традиційно закритого інноваційного процесу, на основі чого суб'єкт зовнішнього середовища проводить оцінку співвідношення ризик-користь від участі у колаборації та приймає остаточне рішення про свою участь в процесах співтворчості (рис. 1) [8].

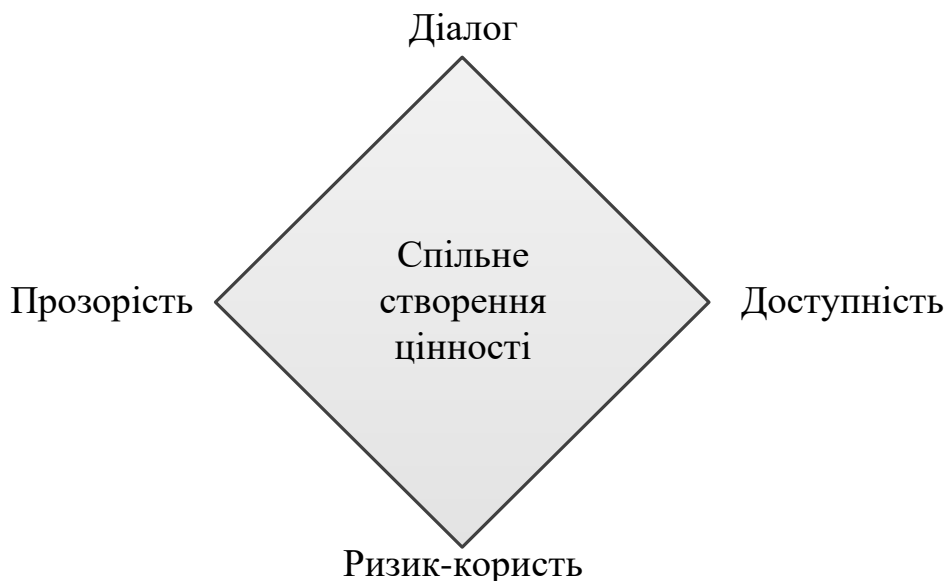


Рисунок 1 - Структура процесу збірки стейкхолдерів колаборації [8, с. 9]

Подібна конвергенція творчих зусиль суб'єктів створення і суб'єктів споживання інноваційних цінностей дозволить наповнити об'єкт актуальними властивостями та через знаходження параметрів порядку детермінувати ринкові тренди у відповідності з принципами сталого розвитку. Ефективне управління процесом створення цінності можливо шляхом встановлення балансу адаптаційних (рекомбінація властивостей) і інноваційних (проліферація властивостей) атрибутів у створюваному об'єкті, тому успішне знаходження потрібної комбінації властивостей можливо тільки за умови організації ІАСС. В процесі співтворчості між суб'єктами відбувається рефлексивний обмін образами, за допомогою міжсуб'єктної інтеріоризації сформованим полісуб'єктом незадоволених потреб і можливостей їх задоволення, в середовищі відбувається тонке підстроювання за допомогою їх порівняння і співвіднесення один з одним.

Внаслідок зазначеного енактивування суб'єктів у традиційно недоступні для них сфери виробництва (недоступна / обмежено доступна суб'єкту споживання цінності) і споживання (недоступна / обмежено доступна суб'єкту створення цінності), реалізується спільна надситуативна активність і виводяться її результуючі образи на загальне рефлексивне поле у рамках колективної свідомості полісуб'єкта, що дозволяє підприємству генерувати консонансні об'єктні цінності і передавати їх на етап тиражування (виробництва) з мінімальними відхиленнями від вимог ринку.

В поведінковому плані спільний процес створення інноваційних цінностей можна уявити, як пошук відповідності між існуючими потребами, з одного боку, і наявними можливостями (наука, техніка, технологія, компетенції), з іншого. Суб'єкти, носії інформації про потреби і можливості, як правило, знаходяться в опозиційному положенні по відношенню один до одного. Кожна з груп прагне до задоволення своїх вимог до створюваної цінності, частина з яких може бути взаємовиключною. Суб'єкти споживання, моделюючи в своїй свідомості образ інноваційної цінності, не мають доступу до інформації щодо науково-технічних можливостей підприємства. Це обумовлює використання дивергентного підходу, що знімає ментальні обмеження в генерації альтернативних образів інноваційної цінності. На противагу їм, суб'єкти виробництва, навпаки, намагаються в рамках інноваційних проєктів використовувати конвергентне мислення, в якому генеровані образи переломлюються через призму існуючих можливостей, що призводить до скорочення рефлексивно-аксіологічного поля процесу створення цінності і зумовлює появу суперечності між сферами виробництва і споживання. Подолання зазначеного протиріччя можливо в рамках ІАСС, за допомогою рефлексивної об'єктивації цілісного конвенційного образу інноваційної цінності. Перебіг процесу створення цінності на стадії дослідження відноситься до розряду творчих, різноманітних завдань, успішне вирішення яких можливе тільки через енактивацію суб'єкта господарювання в ринкові процеси, що дозволяє суб'єкту дослідження провести адекватну селекцію образів інноваційної цінності.

Крім цього, інтеграція суб'єктів споживання і суб'єктів створення цінності сприяє інтенсифікації інноваційного процесу за рахунок оптимального об'єднання їх гетерогенних когнітивних систем. Дж. Гілфорд у своїй концепції інтелекту вводить поняття конвергентного (знаходження єдиного, кращого рішення) і дивергентного (множина рішень однієї проблеми) мислення [9], які, на нашу думку, узгоджуються з особливостями співтворчості. Суб'єкти споживання, що володіють практичним досвідом експлуатації об'єктних цінностей, є переважно носіями дивергентного мислення щодо процесів співтворчості, привносячи в нього широкий спектр альтернативних властивостей і образів створюваної цінності. На відміну від них, суб'єкти створення цінності, як правило, орієнтовані на мислене зіставлення наявних можливостей і

виникаючих ідей, звужуючи і концентруючи ідейну різноманітність, що є відмінною рисою конвергентного мислення. Крім цього, інноваційна система підприємства, як правило, блокує радикальні ідеї інновацій, в силу відсутності алгоритму їх впровадження і реалізації або необхідних знань і уявлень у суб'єктів науки та інженерії. Як зазначає Д. Пельц, «повідомлення про нову ідею пов'язано з певним ризиком, особливо, якщо нова ідея суперечить загальноприйнятим уявленням або якщо здійснення цієї ідеї на практиці означає тим самим критику керівників або колег автора цієї ідеї. Таким чином, за досить різними і вагомими причинами трапляється так, що людина не бажає висловлювати нові ідеї, якими б потенційно творчими вони не були» [10, с. 251]. В ІАСС подібне блокування долається через індиферентність суб'єкта споживання до внутрішніх норм, соціальних зв'язків і настанов підприємства. У розрізі створення інновацій Ч. Пратер зазначає, що «дивергентне мислення спрямоване на те, щоб бачити і посилювати, прикрашати і змінювати масштаб в бік збільшення; конвергентне мислення, навпаки, означає вибір і судження, порівняння і орієнтацію на фінансовий результат» [11, с. 18]. Відносно виключно конвергентного, вузькоспеціалізованого, закритого, безконтекстного інноваційного процесу, можна сказати словами Е. Морена: «партикулярний, розділений на окремі сфери, механістичний і редуційний розум руйнує комплексність світу і представляє світ в роздроблених фрагментах, розглядаючи проблеми фракційно, окремо одну від іншої; розділяючи те, що об'єднано, перетворюючи багатогранне в одномірне» [12, с. 35]. Тому, концептуально різна спрямованість інтелектуальних процесів суб'єктів створення цінності і споживання, в рамках ІАСС, сприяє формуванню вичерпного поля альтернативних ідей інноваційної цінності (аспект поведінкової парадигми) і їх формалізацію і конструктивну критику (аспект нормативної парадигми), що дозволяє подолати «логічний розрив» в створенні об'єкту і знайти баланс між його інноваційністю (НТП) і цінністю (потреби).

Потенційними учасниками інноваційно-активних середовищ співтворчості (ІАСС) можуть бути наступні групи суб'єктів, що вносять різноманітний вклад в наповнення релевантними властивостями та характеристиками створюванні інноваційні цінності, а саме: органи державної та регіональної влади; постачальники; виробники засобів виробництва; науково-дослідні та освітні установи; конкуренти; дистриб'ютори; споживачі; консультанти (рис. 2)

Актуальним завданням інноваційної діяльності є підтримка когнітивної гетерогенності (ідейного різноманіття), необхідної для розширення рефлексивно-аксіологічного простору спільної діяльності щодо створення релевантних інновацій. Адекватне вирішення даного завдання, можливо за рахунок систематизації чинників забезпечення ефективної роботи ІАСС, які функціонують на міждисциплінарних засадах і орієнтуються у своїй діяльності на прогресивні управлінські парадигми. Основною передумовою співтворчості є розширення рефлексивного поля за рахунок залучення інноваційно-активних суб'єктів, що мають сформовані особистісні уявлення про «ідеальний» об'єкт і здатні орієнтувати проєкцію своїх знань і досвіду на інноваційний продукт, що створюється. Паралельно відбувається процес експертизи і апробації інноваційних ідей в середовищі користувачів, суб'єктів причетних до його створення та всіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів) які розуміють їх переваги та недоліки і здатні на креативне формування образу інноваційної цінності, що максимально відповідає очікуванням і вимогам зовнішніх споживачів.

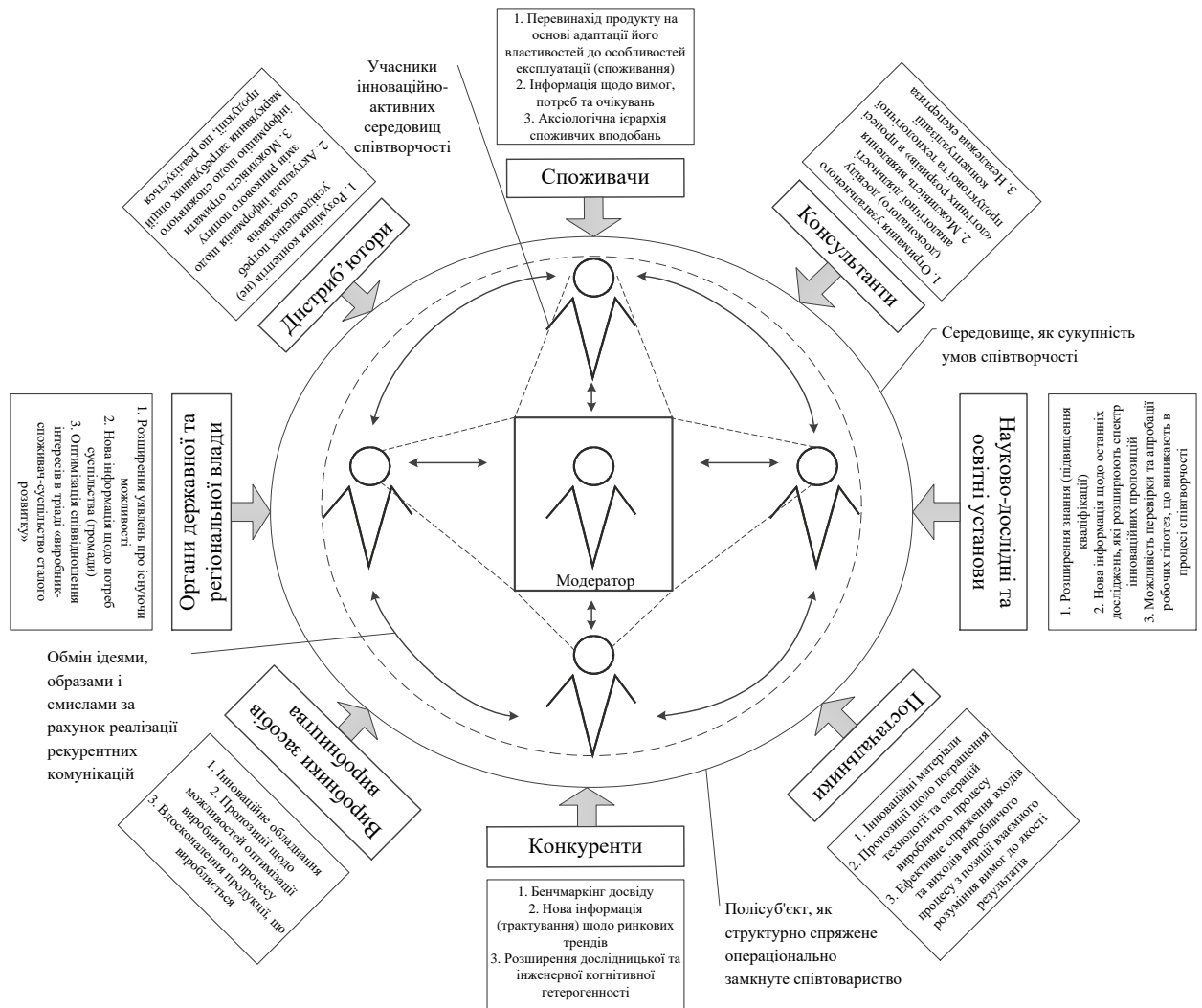


Рисунок 2 – Потенційні учасники інноваційно-активних середовищ співтворчості

Розглянемо простір інтересів учасників ІАСС на прикладі суб'єкта споживання, який отримує можливість приєднатися до процесу співтворчості. Суб'єкт споживання, який активно експлуатує ті чи інші об'єктні цінності, усвідомлено або не усвідомлено накопичує «втому від недоліків», властивих продукту. Дана «втома» може знаходити вихід в пошуку цінностей, позбавлених подібних недоліків (1), в удосконаленні існуючих об'єктів (2), в адаптації до недоліків (3). Для більшості споживачів реалізація процесів вдосконалення в побутових умовах є непосильним завданням, що змушує скористатися першим або третім з розглянутих варіантів (в залежності від рівня матеріального забезпечення). Таким чином, завданням ІАСС є створення умов для інтеграції споживачів-носіїв інноваційних ідей, для використання їх знань і досвіду в процесі створення інноваційних цінностей. Реалізація подібних взаємодій в потенціалі здатна принести основним стейкхолдерам даного процесу істотні переваги, серед яких:

підприємство (можливість наблизити створювані інновації до потреб і очікувань споживачів, підвищення ефективності інноваційних процесів; наповнення продуктового портфеля релевантними інноваціями і т.ін.);

персонал (зниження невизначеності в процесі створення інноваційних цінностей, за рахунок отримання попередніх реакцій з боку споживачів результатів творчого процесу; розширення рефлексивного поля НДДКР і т.ін.);

споживач (отримання консонансних об'єктних цінностей; причетність до творчих процесів (замість повсякденної рутини) і можливість створення чогось оригінального і значимого (замість догматизації і шаблонності); афіліація; самоактуалізація і т.ін.);

суспільство (наближення до концепції сталого розвитку, за рахунок економії різноманітних ресурсів, зниження техногенних ризиків, за рахунок участі в процесі створення цінності суб'єктів, які реалізують трансдисциплінарний аналіз і експертизу інноваційного об'єкта).

ІАСС, яке орієнтоване на відкриті інновації, нівелює своєю діяльністю прогибационізм вільного використання інтелектуальної власності і здатне запозичувати інноваційні ідеї у навколишньому середовищі та вбудовувати їх в створювані інноваційні цінності. На думку Ч. Лідбітера, подібні організаційні моделі «існують разом з самоврядними, хакерськими спільнотами на кшталт «Вікіпедії» і Linux, які розробляють бізнес-моделі, щоб підтримувати себе» [3, с. 42]. Створення інновацій, засноване на традиційній лінійній парадигмі інноваційного розвитку, в якій суб'єкти науки та інженерії є єдиними легітимними джерелами інноваційних ідей, в сучасних соціально-економічних умовах демонструє власну обмеженість. Безумовно, основною перешкодою для повсюдного поширення моделі відкритих інновацій, є вкоріненість у свідомості більшості ключових суб'єктів закритості інноваційного процесу. Поступовий рух суб'єктів господарювання від полюсу «закритих інновацій» до полюсу «відкритих» реалізується на глобальному рівні в різних формах взаємодії (рис. 3).

		Права власності	
		Організатор	Організатор і співавтори
Відкритість	Вільний доступ	Натовп людей	Спільнота односторонців
	Відбір учасників	Клуб експертів	Коаліція партнерів

Рисунок 3 - Класифікація процесів співтворчості [7]

Деякі підприємства використовують досвід корпорації Procter & Gamble, створюючи інноваційний процес на основі краудсорсингу (пошуку ідей за межами організації), інших приваблює досвід Linux (використання загального ядра для спільного створення цінності). Перший підхід умовно можна назвати холистичним, тому що він орієнтований на залучення готових концептів і проектів, які самостійно концептуалізуються розробником (аутсорсинг). Другий підхід - це диференційовані інновації, концептуалізація яких реалізується за допомогою модульної конвергенції нових ідей у рамках єдиного продукту (краудсорсинг) (рис. 4).

Спільне створення цінності знижує ступінь емоційної і аксіологічної прив'язки до створюваного об'єкту (ефект причетності), мінімізуючи таким чином упередженість

вироблених оцінок. Індивідуальна творчість або творчість у рамках закритих груп знижує рівень об'єктивності сприйняття створюваного концепту. Це ж є одним з недоліків холістичного підходу до створення інновацій, практикуючого «закритий», індивідуальний процес. Необхідно відмітити, що індивідуальна творчість не протиставляється ефективності колективної, в деяких випадках результати діяльності індивідуального творця можуть багатократно перевершувати за своєю оригінальністю й якістю результати колективні, що в значній мірі залежить від особистості творця та його представлень щодо оточуючого світу. Но подібні результати, найчастіше, мають відношення до категорій радикальних (проривних, епохальних) інновацій, що створюють нові тренди, споживчі ринки, модні тенденції. Колективна творчість, імовірно, орієнтована на всі групи інновацій, с домінуванням, все таки інкрементальних (вдосконалюючих) інновацій. При модульній архітектурі спільного створення інновацій, якість робіт всередині окремого модуля проектування контролюється, крім власника даного процесу (модератора), власниками суміжних процесів.

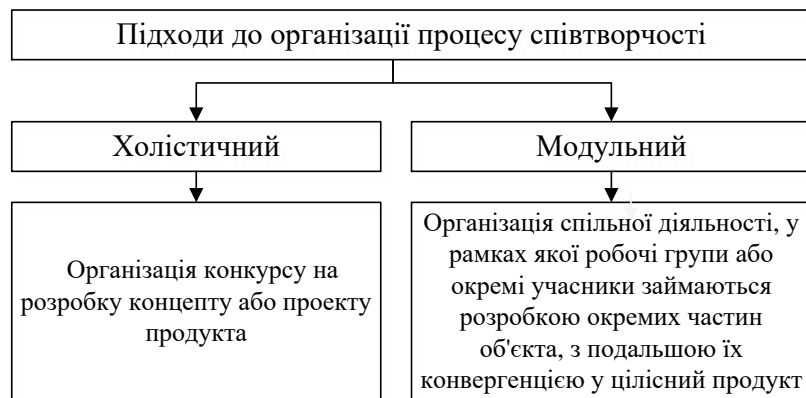


Рисунок 4 - Підходи до організації процесу співтворчості [2]

Традиційне управління процесом створення інновацій на підприємстві вимагає координації діяльності за допомогою поділу праці: суб'єкти науки та інженерії отримують завдання від суб'єкта управління, що володіє «ексклюзивним» уявленням щодо образу створюваної інноваційної цінності, при цьому передбачається, що суб'єкти дослідження знають, що необхідно проектувати. Процес спільного створення інновацій дозволяє усунути «вузькі» місця інноваційної діяльності. Безумовно, в процесі створення інновацій роль організуючої ланки не може бути зведена до нуля. Однак її функція зводиться до медіації та фасилітації процесів взаємодії суб'єктів дослідження з мінімальним втручанням в інноваційну та аксіологічну сфери. Основна функція модератора інноваційно-активного середовища співтворчості полягає в координації діяльності суб'єктів, в межах проекту, орієнтованого на створення інноваційної цінності. Подібна гетерархічність взаємодії дозволяє вирішити ключове завдання, що полягає в подоланні традиційного централізованого розподілу творчих завдань, як правило, активізуючих когнітивний і фізичний опір суб'єктів дослідження. У даних умовах, суб'єкти дослідження отримують можливість самостійно вибирати завдання, які потребують вирішення і відповідають їх компетентнісній і мотиваційній сфері. Таким чином, гетерархічність взаємодії дозволяє знизити економічні витрати, пов'язані з функціонуванням централізованої системи розподілу НДДКР, а також, підвищити соціально-психологічну ефективність управління полісуб'єктним середовищем

співтворчості, за рахунок використання рефлексивних методів управління інноваційно-активними суб'єктами.

Вивчення та розробка питань, пов'язаних з управлінням процесом створення цінності в розрізі відкритого інноваційного процесу, актуалізує методологічний аспект, пов'язаний з подоланням філософських, аксіологічних, правових, економічних положень, що лімітують використання інтелектуальних продуктів. Алогічність подібних підходів демонструють основні тренди соціально-економічного розвитку суспільства. Штучні перепони, які генеруються ними, знижують інноваційну активність і продуктивність суб'єктів, які не мають доступу до вже отриманих результатів науково-дослідної діяльності. Аналіз статистичних даних свідчить, що в країнах ЄС витрати на науку та інновації перевищує 3% від ВВП (в Україні за роки незалежності цей показник коливався на рівні 0,3-0,4%). Кількість виконавців наукових досліджень і розробок та дослідників у розрахунку на 1000 осіб зайнятого населення для України, також залишається невисоким (6 чоловік, найнижчий в ЄС, окрім Румунії). Подолання сформованих на макроекономічному рівні недоліків, які чинять критичний вплив на інноваційні процеси, що розгортаються на мікрорівні, можливо через ІАСС. Включення інноваційно-активних суб'єктів зовнішнього середовища в процеси створення інновацій дозволить сформувати умови, необхідні для згладжування зазначених макроекономічних перекосів.

Крім зазначених економічних протиріч, які долаються за допомогою технологій колаборації, існує ряд проблем, які знаходяться в соціально-психологічній площині. В кінці ХХ і на початку ХХІ століть, відбувається жорстке переформатування ролі людини в суспільстві, статус споживача витісняє аспекти творчості в життєдіяльності більшості суб'єктів. За можливість стати споживачами, суб'єкт розплачується рутинізацією і догматизацією професійної діяльності, можливість вирішення інноваційних завдань витісняється суб'єктом управління через реалізацію економічних (заробітна плата) і адміністративних (ієрархія) методів. Але аналіз різноманітних мотиваційних концепцій дозволяє виділити як провідний мотив співтворчості - визнання. Можливість вирішення нетривіального завдання, що стоїть перед багатьма, стимулює надситуативну активність суб'єкта.

Аксіологічна прив'язка суб'єктів споживання до об'єктів докладання творчих і фізичних зусиль значно відрізняється від традиційного процесу споживання. Ефект причетності до створення об'єкта підвищує його цінність, дозволяючи реалізувати основні соціальні потреби суб'єкта, до яких відносяться: пізнання, естетика, співтворчість (афіліація), повага, самоактуалізація, що задовольняються за допомогою можливості створення цінності для себе та інших, в творчому середовищі однодумців («співтоваристві рівних»). Можливість матеріалізації власних ідей і досягнень у вироблених артефактах є потужним мотиваційним аттрактором спільної інтелектуальної діяльності. Як стверджує Ч. Лідбітер: «По-справжньому цінного визнання ми добиваємося з об'єктивних, зовнішніх джерел зазвичай спільнот людей, рівних нам за положенням» [3, с. 198]. Тому, мотиваційний потенціал практики спільного створення цінності є значним (як приклад можна привести багатомовну (277 активних мовних розділів) вільну мережеву енциклопедію - Вікіпедію, що налічує російською мовою (створена в 2004 р.) більше 1,2 млн. статей, підготовлених 1,6 млн. авторів; англійською мовою (створена в 2001 р.) більше 5 млн. статей, підготовлених понад 25 млн. авторів). Як зазначає Дж. Ріфкін, статей у англійській Вікіпедії «у 30 разів більше, ніж в Encyclopedia Britannica», а її відвідуваність становить «13% інтернет-відвідувачів щодня» [4 с. 165].

Тому структурна спряженість виробництва і споживання є необхідною умовою конструювання конгруентних цінностей, яка не має на даний момент більш дієвих альтернатив при управлінні складністю ринкових процесів. Але аналіз сучасної ситуації фіксує чітку демаркаційну лінію між підприємством і ринком, реалізовану за допомогою формування маркетингової нейтральної зони, в межах якої і відбуваються процеси псевдо взаємодії. Це аванпост суб'єкта господарювання, на якому відбувається кристалізація шуканого образу інноваційної цінності, а також відслідковуються основні соціально-економічні тенденції та перетворення. Аналіз літературних джерел, що описують і систематизують успішний досвід створення інноваційних цінностей, виявляє коеволюцію суб'єкта господарювання та ринку в тих випадках, коли створюваний об'єкт ставав дійсно успішним продуктом. Як правило, в таких ситуаціях сполучною ланкою між споживачами і розробниками є суб'єкт управління, якому стають доступні знання про основні тенденції та актуальні аксіологічні концепти. Але в ідеалі, його завдання зводиться не тільки до фіксації трендів і адаптації до них через рекомбінацію, а й коригування за допомогою інновацій через проліферацію властивостей. В якості передмови це передбачає наявність у суб'єкта інноваційного розвитку наступних властивостей: здатності прогнозувати еволюційні зміни (здійснювати дисипацію невизначеності); наявний рівень когнітивної досконалості повинен розрізняти різноманітні, міждисциплінарні смисли та концепти; розуміння можливостей включення (вбудовування) інноваційних цінностей в антропо-соціо-технічні середовища без деструктивних наслідків – в практичному аспекті все це є недосяжною компетентністю комбінацією.

Сучасний етап суспільного розвитку характеризується розмиванням ідентичності суб'єкта, за допомогою широкого інструментарію технологій безсуб'єктності (дисциплінарна фрагментація, індивідуалізація, «кліпова культура», оніоманія і т.ін.). Перехід від ціннісних орієнтирів розвитку і творчості до функціонування, споживання і наслідування, то є трендом сучасного суспільства. Філософи і соціологи називають ці процеси «отупінням» культури, «корозією» професійної якості [1]. На даний момент відсутній усталений механізм, що дозволяє інтегрувати окремих суб'єктів, як носіїв оригінальних знань і досвіду, в процеси розробки та прийняття рішень на макро- і мікрорівнях. В якості певної платформи, що об'єднує розрізаних суб'єктів в цілісні спільноти є глобальна інформаційна мережа Інтернет. На думку Ч. Лідбітера: «У ХХ столітті маса людей в розвинених країнах стали споживачами, але за це їм довелося перетворитися на найманих робітників в залізній клітці промислових організацій. У ХХІ столітті багато людей завдяки мережі набудуть свободу творчості» [3, с. 168]. Інтернет формує масову культуру, в якій суб'єкти створюють, запозичують і обмінюються ідеями, знанням і досвідом. Найбільш прогресивні корпорації намагаються взаємодіяти з цим новим джерелом колективного знання, з метою удосконалення товарів і послуг. Нобелівський лауреат Е. Фелпс стверджує, що можливості для творчої роботи повинні стати відмітним знаком «хорошої» економіки, яка «повинна служити прагненню людей придумувати і створювати нове, їх бажанням, якщо слідувати виразу Гегеля, "діяти на світ", тобто прагненню до інновацій і до розвитку нових практик» [5, с. 394].

Рівень невизначеності в межах процесу створення інноваційних цінностей знижується за рахунок перманентного обміну ідеями, образами, концептами, знанням і досвідом між суб'єктами, як носіями когнітивної різноманітності, які паралельно реалізують експертизу суспільної безпеки створюваних об'єктів. Середовище спільного створення цінності дозволяє сформувати рефлексивно-аксіологічне поле, в межах якого здійснюється вербалізація, апробація, удосконалення, синтезування, наслідування,

адаптація та розширення об'єктної цінності. Ефективна реалізація зазначених видів діяльності є неможливою в межах ізольованого структурного підрозділу, орієнтованого на створення інноваційних цінностей. Це дозволяє сформулювати метафору подібної інноваційної діяльності, як «творчість в замкнутому контурі». Реакція ринку на отримані результати (створені цінності) є стохастичною. Знизити рівень невизначеності щодо потенційної споживчої перцепції створюваних інноваційних цінностей, можливо за рахунок розширення когнітивної гетерогенності полісуб'єкта спільного створення цінності. В цьому випадку, в його створенні бере участь множина суб'єктів, що висловлюють власні погляди і критику, прогнозуючи тим самим релевантну реакцію кінцевих споживачів. Ключовим питанням в організації співтворчості є ефективна технологія взаємодії, яка визначає ступінь оптимальності прийнятих рішень.

Одним з нелінійних способів зафіксувати актуальні потреби є процедура краудфандингу (від поєднання англійських слів crowd funding: crowd - «натовп», funding - «фінансування»), яка застосовується в широкому діапазоні інновацій (соціальні, культурні, продуктові та ін.) для маркування аксіологічно значимих запитів та очікувань. Людина не буде витрачати власні кошти на речі або процеси, які не зачіпають її інтересів, таким чином, позначаючи для потенційних виробників дійсно актуальні напрямки інноваційної діяльності. Так наприклад, проект першого SMART-годинника, розроблений в 2012 році компанією Pebble, який зібрав на Kickstarter 10,3 млн доларів від 68929 користувачів. Годинник з'єднувався зі смартфоном на базі iOS або Android по Bluetooth і отримують інформацію щодо SMS і дзвінків, на них можна встановлювати додатки, а також вони працюють з аксесуарами, наприклад фітнес-пристроями. Такий ажіотаж зі сторони користувачів є індикатором затребуваності інновації в суспільстві, що в своїх інтересах і використали такі транснаціональні корпорації, як Appel, Samsung, Garmin та ін., які вклали в ці бізнес-процеси величезні кошти і за рахунок інкрементальних інновацій захопили ринок цих пристроїв.

Ідея спільного фінансування значущих інновацій застосовується на таких масштабних краудфандингових платформах, як Kickstarter (створено в 2009 році, для запуску стартап проектів тільки для резидентів США, Великобританії і Канади), IndieGoGo (створено в 2008 році, для запуску стартап проектів по всьому світу), RocketHub (створено в 2009 році, для запуску стартап проектів по всьому світу). Привертає увагу той аспект, що така мультідиверсифікована корпорація як Хіаомі, яка декілька років поспіль успішно експлуатує корпоративну краудфандингову платформу. В Україні подібні середовища існують переважно в площині соціокультурних інновацій, так наприклад українська краудфандингова платформа «Спільнокошт».

Процес розробки науково-практичних основ спільного створення цінності знаходиться на стадії формування соціогуманітарних і техніко-технологічних аспектів взаємодії. На думку Ч. Лідбітера, техніко-технологічний напрямок включає «нові покоління пошукових систем; технології імітаційного моделювання, нині доступні лише архітекторам і інженерам, дозволять нам візуально розглянути завдання і можливі способи їх вирішення: нові технології для співпраці допоможуть людям працювати над спільними проектами в загальних віртуальних просторах на стику національних кордонів і наукових дисциплін» [3, с. 182].

Однак, процес спільного створення інноваційних цінностей не є осередком виключно переваг, а, як і будь-який діалектичний процес, має свої позитивні і негативні аспекти. Однією із значущих проблем впровадження процесів спільної творчості в систему управління процесом створення цінності на підприємстві є труднощі організаційно-управлінського характеру. Холістичний тип спільного створення цінності

передбачає організацію конкурсів на розробку концепту і проекту продукту, поряд з перевагами, потенційно містить труднощі організаційного характеру. Одним з таких ускладнень є визначення необхідної і достатньої кількості суб'єктів, які залучаються до створення цінності. Процес збірки полісуб'єкта спільного створення інновацій, включає крім розглянутих групових аспектів, організаційно-управлінські, які передбачають детермінацію обставин місця (фізичного або віртуального), обставин мети (включає постановку проблеми), обставин мотивації (визначення економічних і психологічних інструментів впливу).

На даний момент відкриті конкурси активно практикують більше половини компаній зі списку Fortune 500, більшість з них використовує їх кілька років, а такі як Procter & Gambler, перевели на них більше половини інноваційних проектів [3]. Однією з кращих практик в проведенні відкритих конкурсів зі створення інновацій є конкурс Ecomagination від General Electric (GE), метою якого було стимулювання ідей в галузі альтернативної енергетики і розподільних мереж наступного покоління і організація бізнесу на їх основі. Власних ресурсів для роботи з великим потоком проектів на ранніх стадіях у компанії було недостатньо, тому GE сформувала співтовариство венчурних інвесторів, орієнтованих на фінансування реалізації проектів. За три місяці було отримано 4000 проектів, реалізований відбір кращих, в які інвестовано 55 млн доларів США [6]. Стримуючим фактором у глобальному використанні відкритих конкурсів зі створення цінності є неможливість повної публічності інноваційних процесів підприємства. Проте, існує можливість організації внутрішніх конкурсів для персоналу підприємства (інтрапренерство), постачальників, дилерів та ін., які є носіями знань і досвіду, пов'язаних з функціонуванням бізнес-процесів і їх результатів. За результатами досліджень, 68% персоналу сучасних підприємств мають бажання займатися інтрапренерством [6], але існуючі умови управління позбавляють їх такої можливості. Блокування рефлексії співробітників і поширення культури безсуб'єктності є сателітами вітчизняних систем управління підприємством і домінуючою парадигмою, що використовується більшістю керівників.

Перевагою холістичного підходу є можливість скорочення часу і витрат, необхідних для створення цінності, оскільки оплачується кращий, готовий до реалізації проект з задалегідь встановленого фонду. Латеральним ефектом від використання даного підходу є можливість рекрутингу найбільш талановитих учасників. Крім зазначених переваг холістичного підходу, існує й ряд недоліків, серед яких: складність, а в деяких випадках практична неможливість доопрацювання і вдосконалення готових проектів, через відсутність розуміння авторської ідеї і логіки створення цінності; обмеженість авторських проектів, що відбивають, як правило, лише одну або кілька точок зору на створювану цінність; відсутність у більшості потенційних дослідників специфічного досвіду і професійних знань в окремих сферах; викривлене початкове уявлення про сформульовану проблему і обмежена можливість уточнення та визначення, що змушує вести творчий пошук за межами позначених дослідних напрямків; інженерна складність в інтеграції різних інноваційних проектів; ізольованість інноваційно-активного суб'єкта від спільноти однодумців, котра стимулює процеси творчого «вигорання» через об'єктивні чи суб'єктивні протиріччя, що виникають в ході дослідження і розробки.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, можливість контакту з інтелектуальним простором зовнішнього середовища дозволяє підприємству отримати низку переваг, серед яких: зниження ціни інновації, скорочення часу на проведення НДДКР, тонкого підстроювання до потреб клієнтів та ін. В розрізі

традиційного інноваційного процесу перспективи для подальшої оптимізації внутрішнього середовища і бізнес-процесів підприємства практично вичерпали себе. Для подальшого зростання конкурентоспроможності підприємства, необхідно реалізувати процеси тонкого підстроювання інноваційної діяльності підприємства до потреб клієнтів, що вимагає виходу в зовнішнє середовище, організацію процесів співтворчості, співорганізації, співдіяльності і всебічної взаємодії зі стейкхолдерами. В подальших дослідженнях має сенс зосередити увагу на розробці системи показників якості інноваційно-активного середовища співтворчості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кастельс М. Информационная эпоха : экономика, общество и культура / М. Кастельс. – Пер. с англ. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.
2. Безгин К.С. Управление процессом создания ценности на предприятии: полисубъектность и коллаборация: монография / К.С. Безгин. – Харьков: «НТМТ», 2015. – 288 с.
3. Лидбитер Ч. Мы – думаем : Массовые инновации, не массовое производство / Ч. Лидбитер. – Пер. с англ. – М. : Акварариновая книга, 2009. – 264 с.
4. Рифкин Дж. Третья промышленная революция. Как горизонтальные взаимодействия меняют энергетику, экономику и мир в целом / Дж. Рифкин. – Пер. с англ. – М. : Альпина нон-фикшн, 2014. – 410 с.
5. Фелпс Э. Массовое процветание : Как низовые инновации стали источником рабочих мест, новых возможностей и изменений / Э. Фелпс. – Пер. с англ. – М. : Изд-во Института Гайдара; Фонд «Либеральная Миссия», 2015. – 472 с.
6. Манчулянцев О. Краутия / О. Манчулянцев. – М. : ДМК Пресс, 2014. – 130 с.
7. Pater M. Co-creation's 5 guiding principles / M. Pater [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.thunderfactory.com/pdfs/Cocreation 0principles 2011-09.pdf](http://www.thunderfactory.com/pdfs/Cocreation%20principles%2011-09.pdf).
8. Prahalad C. K. Co-creation experiences : The next practice in value creation / C. K. Prahalad, V. Ramaswamy // Journal of interactive marketing. – 2004. – № 3. – P. 5-14.
9. Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта / Дж. Гилфорд // Психология мышления. – Под ред. А. М. Матюшкина. – М. : Прогресс, 1965. – 534 с. – С. 433-456.
10. Пельц Д. Ученые в организациях. Об оптимальных условиях для исследований и разработок / Д. Пельц, Ф. Эндрюс. – Пер. с англ. – М. : Прогресс, 1973. – 472 с.
11. Пратер Ч. Как создавать инновации / Ч. Пратер, Л. Гандри // Пер. с англ. – М. : Солон-Пресс, 2012. – 96 с.
12. Морен Э. К пропасти? / Э. Морен. – Пер. с франц. Г. Наумовой. – СПб. : Алетейя, 2011. – 136 с.
13. Полани М. Личностное знание / М. Полани. – Пер. с англ. – М. : Прогресс, 1985. – 344 с.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.2

УДК 339.138

Захарова О.В., д.е.н., проф., Черкаський державний технологічний університет

Проданова Л.В., д.е.н., доц., Черкаський державний технологічний університет

Кливак О.О., магістрат, Черкаський державний технологічний університет

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРИКЛАДІ МОДЕЛІ БІЗНЕСУ INDITEX

Систематизовано основні наукові підходи щодо розуміння сутності та змісту маркетингового менеджменту, зокрема як філософії управління, концепції, системи, процесу, функції, мистецтва та науки. Досвід успішного застосування методів маркетингового менеджменту представлено моделлю бізнесу корпорації INDITEX, яка побудована на основі маркетингово-орієнтованого управлінського підходу, що ставить споживачів у фокусі організації та спрямований на здійснення кожним підрозділом організації свого внеску в належне обслуговування клієнтів. Визначено основні елементи та фактори успішної бізнес-моделі підприємства, що ґрунтується на засадах маркетингового менеджменту: чутливість виробництва і логістики до кон'юнктури ринку; швидка позитивна реакція на зміни та висока готовність до них; постійно високий рівень іміджу та якості товарів і послуг; активна орієнтація на клієнта; контроль та пріоритетність власного виробництва та каналів продажів; якісна та ефективна багаторівнева система зворотного зв'язку; постійні інновації; активна участь у вирішенні актуальних соціальних та екологічних проблем. Окреслено позитиви та переваги сучасних бізнес-моделей за рахунок запровадження технологій цифрового маркетингу та електронної комерції, а також омніканальності – інтегрування всіх каналів маркетингової та торговельної діяльності.

Ключові слова: маркетинговий менеджмент, модель бізнесу, торговельне підприємство, торгівля в роздріб одягом та взуттям, електронна комерція, цифровий маркетинг.

Табл. – 1, Літ. – 25.

Захарова О.В., Проданова Л.В., Кливак Е.О.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРИМЕРЕ МОДЕЛИ БИЗНЕСА INDITEX

Систематизированы основные научные подходы к пониманию сущности и содержания маркетингового менеджмента, в частности как философии управления, концепции, системы, процесса, функции, искусства и науки. Опыт успешного применения методов маркетингового менеджмента представлено моделью бизнеса корпорации INDITEX, построенной на основе маркетингово-ориентированного управленческого подхода, который помещает потребителей в фокус организации и направлен на осуществление каждым подразделением организации своего вклада в надлежащее обслуживание клиентов. Определены основные элементы и факторы успешной бизнес-модели предприятия, основанной на принципах маркетингового менеджмента: чувствительность производства и логистики к конъюнктуре рынка; быстрая положительная реакция на изменения и высокая готовность к ним; постоянно высокий уровень имиджа и качества товаров и услуг; активная ориентация на клиента; контроль и приоритетность собственного производства и каналов продаж; качественная и эффективная многоуровневая система обратной связи; постоянные инновации; активное участие в решении актуальных социальных и экологических проблем.

Определены преимущества современных бизнес-моделей за счет применения технологий цифрового маркетинга и электронной коммерции, а также омниканальности – интегрирования всех каналов маркетинговой и торговой деятельности.

Ключевые слова: маркетинговый менеджмент, модель бизнеса, торговое предприятие, торговля в розницу одеждой и обувью, электронная коммерция, цифровой маркетинг

Zakharova O., Prodanova L., Klivak O.

INNOVATIVE MARKETING MANAGEMENT'S METHODS ON THE EXAMPLE INDITEX'S BUSINESS MODEL

The basic scientific approaches to understanding the essence and content of marketing management are systematized, in particular as management philosophy, concept, system, process, function, art and science. Successful application of marketing management techniques is represented by the business model of INDITEX Corporation, which is built on the basis of a marketing-oriented management approach that puts consumers in the focus of the organization and aims to make each unit of the organization contribute to the proper customer service. The basic elements and factors of successful business model of the enterprise are determined, based on the principles of marketing management: sensitivity of production and logistics to market conditions; rapid positive response to and readiness for change; constantly high level of image and quality of goods and services; active customer orientation; control and priority of own production and sales channels; a high-quality and efficient multi-level feedback system; continuous innovation; active participation in solving current social and environmental problems. Positives and advantages of modern business models at the expense of introduction of technologies of digital marketing and e-commerce, and also omni-channel – integration of all channels of marketing and trading activity are outlined.

Key words: marketing management, business model, trading company, fashion retail, digital marketing, electronic commerce

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Розглядаючи сучасні моделі бізнесу, слід виділити суттєву різницю між моделлю, в якій маркетинг виступає лише однією з функцій управління, і новою, де маркетинг впливає на всі управлінські рішення. Окрім того, маркетинг відокремився в окрему ланку в системі управління організацією, а тому став об'єктом організаційного управління. Результатом таких процесів є інтеграція маркетингу і менеджменту, для позначення чого з'являється поняття «маркетинговий менеджмент» («маркетинг-менеджмент», «маркет-менеджмент»). На практиці це сприяло формуванню якісно нового підходу до управління виробництвом і збутом товарів та послуг на засадах маркетингового менеджменту. В сучасних умовах стрімкого розвитку науки, техніки і технологій, посилення ринкової конкуренції та ринкової орієнтації підприємств, успіху може досягти тільки те підприємство (та відповідно його організація), яке постійно шукає нові способи адаптації до безперервно мінливих ринкових умов свого функціонування та розвитку, що, у свою чергу, потребує творчих підходів щодо застосування новітніх ефективних методів управління. У зв'язку з цим дослідження інноваційних методів маркетингового менеджменту, які застосовують в своїх бізнес-моделях провідні компанії світу, набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми, що розглядається. Дослідженню проблем маркетингового менеджменту загалом та використання його методів в сучасних бізнес-моделях ритейлу зокрема присвячені роботи відомих закордонних і вітчизняних науковців.

Вважається, що уведення в науковий обіг поняття «маркетинговий менеджмент» («marketing management»), а також його подальше поширення в теорії та практиці управління тісно пов'язано з Г. Армстронгом [1], П. Друкером [2], Ф. Котлером [3], К. Келлером [3] та ін.

Сучасні українські науковці продовжують дослідження різноманітних аспектів маркетингового менеджменту: за висновком Л. Балабанової [4], В. Россохи [5], маркетинговий менеджмент слід розглядати в широкому та вузькому аспектах; на думку М. Белявцева, В. Воробйова [6] та О. Біловодської [7], маркетинговий менеджмент пов'язаний з ринковою діяльністю не лише на рівні окремого підприємства, а й на рівні відповідних ринків/територій і суспільства в цілому; на дослідженні впливу управління, яке ґрунтується на засобах маркетингу, а також на конкретизації процедур маркетингового менеджменту, які застосовуються в діяльності підприємств, зосереджують свою увагу І. Баланюк та О. Ткач [8]. Але, незважаючи на плідний доробок у зазначеному напрямі, проблема розвитку теоретичних підходів до визначення сутності маркетингового менеджменту та практичного застосування його методів в сучасних бізнес-моделях підприємств різних галузей та сфер економіки залишається актуальною і зумовлює необхідність проведення поглиблених досліджень.

Мета дослідження полягає в виявленні інноваційних методів маркетингового менеджменту на прикладі моделі бізнесу компанії INDITEX.

Виклад основного матеріалу. Наразі єдиного підходу до розуміння сутності та змісту маркетингового менеджменту в сучасній науковій літературі не існує. В таблиці 1 представлені різноманітні підходи до визначення сутності та змісту маркетингового менеджменту, які зустрічаються в сучасній науковій літературі. Результати аналізу підходів та визначень дають підстави для висновку, що поняття «маркетинговий менеджмент» в сучасній науковій літературі вживається у таких значеннях: філософія управління; концепція маркетингу; система методів управління організацією; складова частини системи управління; процес; функція; мистецтво та наука.

Слід погодитись з точкою зору тих дослідників, які вважають, що під маркетинговим менеджментом доцільно розуміти: 1) холістичну концепцію комплексного управління ринковою діяльністю організації (на принципах маркетингу), яка в умовах гострої конкуренції спирається на ринкову орієнтацію; 2) особливий спосіб мислення керівників організації та управлінців всіх рівнів – прийняття необхідних управлінських рішень з урахуванням вимог ринку, постійно висока здатність до змін цих вимог; 3) система методів управління організацією, що передбачає використання маркетингових підходів та інструментів під час вирішення максимально широкого кола завдань різних функціональних сфер менеджменту [6; 13].

Необхідно також погодитися з думкою науковців, які розглядають маркетинговий менеджмент як маркетингово-орієнтований підхід, що ставить споживачів у фокусі організації та спрямований на здійснення кожним підрозділом організації свого внеску в належне обслуговування клієнтів [5, с. 112; 13, с. 743]. Кінцевий результат такого підходу – повне задоволення потреб споживачів. Саме такий підхід вже багато років поспіль ефективно використовує корпорація INDITEX у моделі своєї діяльності.

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності та змісту маркетингового менеджменту в сучасній науковій літературі

Автори	Авторські розуміння сутності та змісту маркетингового менеджменту	Акцентування на відповідному значенні
Американська асоціація маркетингу [9; цитується за 10, с. 22]	Маркетинг менеджмент – процес планування та реалізації загальної концепції, політики ціноутворення, просування та розподілу ідей, товарів і послуг, спрямований на здійснення обмінів, які відповідають як індивідуальним так й організаційним цілям	процес
Ф. Котлер [10, с. 22-23]	Маркетинг менеджмент – мистецтво і наука застосування основоположних маркетингових концепцій для вибору цільових ринків, залучення, збереження і розширення кола нових споживачів шляхом створення та надання високоякісних споживчих цінностей та здійснення пов'язаних з ними комунікацій	мистецтво і наука
Л. Балабанова [4]	Маркетинговий менеджмент – поняття більш широке, ніж управління маркетингом. Якщо останнє являє собою одну із загальних функцій менеджменту, то маркетинговий менеджмент – це управління всіма функціями, всіма структурними підрозділами на основі маркетингу	функція
М. Белявцев, В. Воробйов [6, с. 145]	Маркетинговий менеджмент слід розглядати як філософію управління організацією за допомогою основ маркетингу, яка включає принципи, методи, засоби, інструменти та форми управління маркетингом	філософія управління
Д. Райко [11, с. 117]	Маркетингове управління (маркетинговий менеджмент) – сучасна концепція маркетингу, принципово новий підхід, перш за все, до стратегічного управління організацією, що в умовах гострої конкуренції спирається на ринкову орієнтацію	концепція
І. Липсиц [12, с. 69].	Маркетинг-менеджмент – система методів управління організацією, що передбачає використання маркетингових підходів та інструментів під час вирішення максимально широкого кола завдань різних функціональних сфер менеджменту – від маркетингу відносин до внутрішнього маркетингу та управління ланцюгами поставок	система методів управління організацією
С. Яроміч, Т. Величко [13, с. 741]	Менеджмент формулює цілі, шукає ресурси, оцінює результати, маркетинг слугує засобом досягнення визначених цілей, а маркетинговий менеджмент постає як складова частина системи управління у цілому	складова частина системи управління

Засновником компанії INDITEX й відповідно її бізнес-моделі є іспанський підприємець Амансіо Ортега Гаона (нар. 1936 р., наразі – мільярдер, член правління та головний акціонер INDITEX) [14]. Історія INDITEX починається в 1963 р. з невеличкої швейної майстерні в іспанському містечку Ла-Корунья. Корпорація INDITEX сьогодні є вертикально інтегрованою, має у складі дослідницькі і проектно-конструкторські підрозділи, виробничі потужності, розподільчі центри, транспортний парк та магазини

(близько 7 500 магазинів працюють в 96 країнах світу). INDITEX управляє 8 брендами роздрібною торгівлю одягом, взуттям та аксесуарами (fashion retail), флагманом яких є Zara, цільовою аудиторією бренду якої є жінки середнього класу. Серед інших Pull&Bear (повсякденний одяг для молоді), Massimo Dutti (одяг для клієнтів обох статей з рівнем доходу вище середнього), Bershka (одяг для тінейджерів), Stradivarius (одяг для молодих жінок), Oysho (білизна), Zara Home (домашні вироби – товари для дому) та Uterqüe (аксесуари) [15].

У списку найбільших публічних компаній світу Forbes Global 2000 за 2019 р. INDITEX зайняла 289-е місце, у тому числі 327-е місце за оборотом, 188-е – за чистим прибутком, 109-е – за чистими активами та 100-е за ринковою капіталізацією [16]. У списку компаній, що спеціалізуються на виготовленні та реалізації брендового одягу та взуття, INDITEX займає третє місце після Christian Dior (143-е місце) та Nike (280-е місце) [там само].

Сучасна бізнес-модель корпорації INDITEX формувалась під впливом декількох важливих чинників. Розглянемо їх докладніше. У 80-ті рр. XX ст. вперше з'явилося поняття «fast fashion» (з англ. – «швидка мода») і відповідна бізнес-модель, застосування якої сприяло значному розвитку європейської текстильної промисловості в період останніх 40 років. Засновником саме цієї бізнес-моделі вважається А. Ортега, який зміг задовольнити потребу покупців в «одязі з подіумів» [15]. Здійснював він це шляхом копіювання трендів і тенденцій високої моди в більш спрощеному дизайні з прийнятною якістю і за доступною ціною, скоротивши до 15 днів шлях від виробництва продукту до споживача, і доставляючи його в магазини двічі на тиждень. INDITEX, на відміну від конкурентів, не витрачала багато коштів на рекламу, натомість інвестувала у відкриття нових магазинів та жорстко керувалась своїм засновником.

За оцінками експертів у сфері бізнесу, успіх А. Ортега полягає в тому, що він свого часу відмовився від бізнес-моделі, якій впродовж десятиліть слідували всі модні будинки Європи, і замінив її на швидку і жорстку схему виробництва та товарообігу. Сам А. Ортега упевнений, що побудував свою імперію виходячи з двох основних принципів: «дайте клієнтам те, що вони хочуть, і будьте швидше, ніж всі інші» [14].

Вивчення ключових факторів успіху функціонування та розвитку корпорації INDITEX дозволяє виокремити такі особливості її бізнес-моделі [17; 18]:

1) швидкість – виготовлення і постачання продукту на полиці магазинів швидше за конкурентів; створення такої моди, що підлягає постійному оновленню; вироблення саме тих товарів, яких покупці хочуть отримати вже сьогодні; першокласний імідж і торгові точки, розташовані в кращих місцях;

2) орієнтація на клієнта – покупець завжди знаходиться в центрі уваги: в період створення нових моделей, дизайну магазинів, оновлення логістичної системи тощо. Для цього в компанії уважно придивляються до того, що носять найчастіше, прислухаються до бажань покупців, блогерів і лідерів думок; виробляють лише те, що люди хочуть купувати;

3) контроль виробничої мережі – пріоритетним є власне виробництво. До 60% продукту компанія виробляє в Іспанії, Португалії та Марокко, а решту (40%) виготовляє із залученням аутсорсингових компаній (491 постачальник в Європі, 759 – в Азії, 135 – в Африці, 160 – в інших країнах світу): зазвичай складні партії одягу шують на власних фабриках, а прості – віддають на аутсорсинг (відносини за яким врегульовані кодексом ділової поведінки);

4) швидка логістика: логістичний центр в одному з головних розподільних центрів (м. Артейхо, Іспанія) побудований рівновіддалено від 14 великих фабрик. Така модель

використовується й в інших десятих розподільних центрах компанії, для доставки продукції застосовують різні види транспорту, в т.ч. авіаперевезення;

5) концепція зворотного зв'язку, добре налагоджений між магазинами, які електронними засобами пов'язані з штаб-квартирою компанії;

6) постійні інновації – виступають основою конкурентоспроможності;

7) активне залучення до вирішення соціальних та екологічних проблем як в окремих регіонах (базування і розміщення виробництва/вирощування сировини та магазинів) так і в планетарному масштабі.

INDITEX постійно залишає додаткові виробничі незавантажені потужності на своїх заводах, щоб реагувати на пік і несподіваний попит швидше за конкурентів. Виробництво та розподіл продуктів здійснюється невеликими партіями. Інвестиції в основний капітал збільшує гнучкість, а бренди набувають конкурентних переваг завдяки чіткому використанню інформації та технологій. Крім того, у магазинах INDITEX нові продукти представлено в обмеженій кількості. Така роздрібна концепція залежить від регулярності створення й швидкості поповнення партій нових товарів та дозволяє знизити поточні витрати й скоротити залишки товарів. Наприклад, залишки товарів у магазинах Zara становлять менше 10% (для порівняння: в середньому в промисловості цей показник становить від 17-20%) [19]. INDITEX активно використовує такі канали та засоби інформування покупців як: Інтернет (має власний Інтернет-сайт, власний YouTube-channel, а також користується рекламними послугами відомих блогерів); випускає щоквартальний журнал «IN», в якому міститься вся необхідна (для споживача) інформація про бренди компанії, виготовляє та поширює брошури та буклети, рекламує нові колекції та окремі моделі в глянцеvih журналах (зокрема «Cosmopolitan», «Vogue», «Glamour»). Слід також зазначити, що доволі часто INDITEX замість витрачання коштів на рекламу, спрямовує їх на дизайн вітрин своїх численних магазинів (вітрини оновлюють кожні три тижні, де широко представлені ключові моделі колекцій) [17].

Головні інновації компанії INDITEX впродовж останніх років: застосування технологій цифрового маркетингу та електронної комерції. а також перехід до впровадження моделі омніканальності (шляхом інтегрування всіх каналів, які задіяно для маркетингової та торговельної діяльності [20, с. 96-97]).

Специфікою цифрового маркетингу, як відомо, є використання сучасних інформаційних ресурсів та технологій (зокрема цифрових, електронних ресурсів та технологій, Інтернет-каналу) для проведення маркетингових досліджень, реалізації товарної і цінової політики, доведення продукції (інформації про продукт) до споживача та стимулювання збуту з метою максимального задоволення потреб споживачів через інноваційну організацію матеріального та інформаційного обміну. Потенціал цифрового маркетингу для підприємців при використанні його інструментів та методів реалізується в можливостях знижувати маркетингові та виробничі витрати, здійснювати ефективні маркетингові дослідження, автоматизувати процеси інформування клієнтів, проводити аналіз ринку, підвищувати ефективність взаємодії покупця і продавця.

Електронна торгівля характеризується використанням широкого набору інтерактивних методів ведення торговельної діяльності (з реалізації товарів та послуг), де продавці і покупці взаємодіють не в процесі фізичного обміну чи контакту, а з використанням відповідних комунікацій та технологій обробки й передачі інформації (у тому числі цифрових, електронних ресурсів та технологій, Інтернет-каналу). Основні переваги електронної торгівлі (придбання товарів в інтерактивному режимі в порівнянні з традиційними покупками у звичайному магазині) [21, с. 66]: скорочення часу на відвідування магазину, можливість швидкого ознайомлення з товарами та послугами, що

пропонують електронні магазини, а також економія на транспортних витратах з проїзду до місця знаходження стаціонарного магазину з відповідним асортиментом; спрощення процедури пошуку товару, яка дозволяє знайти аналогічний товар у різноманітних електронних магазинах, а також найбільш повно враховує індивідуальні вимоги та можливості цінового діапазону користувача; доступність електронних магазинів та можливість здійснювати покупки у зручний та вільний час; заощадження (економія) коштів від «прямої» купівлі товару у підприємства-виробника, тобто можливість «обійти» посередників; практично безмежні можливості (продавця) для розширення сегменту ринку (до світового рівня), результатом чого зазвичай є зниження цін на товари та послуги на традиційних ринках; економія часу та коштів при купівлі товарів і послуг, які можуть бути доставлені покупцю безпосередньо до дому чи в офіс; підвищений рівень післяпродажного обслуговування, що досягається завдяки інтерактивному спілкуванню з менеджерами та консультантами магазинів за допомогою спеціалізованих каналів зв'язку, використання електронної пошти та спеціалізованих програмних засобів.

Основним сучасним каналом цифрового маркетингу та електронної торгівлі вважається канал Інтернет. Переваги Інтернет як каналу маркетингу та торгівлі, порівно з іншими каналами [22, с. 121]: таргетинг – можливість демонстрації інформації чітко визначеній аудиторії; трекінг – можливість аналізу поведінки відвідувачів корпоративного сайту і вдосконалення сайту, продукту (маркетингу і торгівлі) відповідно до висновків такого аналізу; доступність (за принципом 24 години на добу, 7 днів на тиждень) і гнучкість (можливість почати, коригувати і перервати будь-яку маркетингову чи комерційну кампанію можна миттєво); інтерактивність – споживач може взаємодіяти з продавцем і з продуктом, вивчати його, інколи «скуштувати» або «приміряти» і, якщо товар влаштовує, придбати його; можливість розміщення великої кількості інформації; оперативність поширення і отримання інформації; порівняно низький рівень витрат (вартість реалізації заходів); можливість отримання більш пильної уваги споживача (користувача перед комп'ютером) – концентрації на деталях; можливість створення віртуальних спілок (on-line community), зокрема за інтересами, професією та ін., тобто цільової аудиторії.

Висновки. У підсумку слід зазначити, що розбудову ефективної бізнес-моделі INDITEX із використанням принципів та методів маркетингового менеджменту, на яких акцентовано увагу в проведеному дослідженні, успішно продовжено в 2019 р., підтвердженням чого є матеріали та інформація, представлені на офіційному сайті корпорації [23]. Зростання корпорації INDITEX впродовж січня-жовтня 2019 р. (в порівнянні з відповідним періодом 2018 р.), що вимірюється збільшенням сумарних об'ємів продажів (всіх брендів) – на 7,5%, а чистого прибутку – на 12%, досягнуто завдяки «ретельному відбору місць розміщення, торговельних площ, товарів та послуг найвищої якості, а також значним інвестиціям в технології та постійній турботі про запровадження найкращих процесів для забезпечення довгострокового стійкого зростання» [там само]. Зростання обумовлено також розвитком комплексної (омніканальної) платформи, що складається з фізичних та інтернет-магазинів та забезпечує повну комерційну інтеграцію й оптимальне управління товарними запасами. Наразі бренди компанії: розширили та оновили свої магазини в 96 країнах, в 66-ти з яких одночасно пропонують онлайн-продажі; утворюють глобальний інтернет-магазин, який загалом охоплює 200 країн світу. Керівництво компанії вважає, що в 2020 році INDITEX матиме платформу продажів, яка буде повністю інтегрованою, стійкою та цифровою. Ключовими характеристиками моделі визначено: якість, прозорість та відкритість,

стійкість. Роботу моделі заплановано із застосуванням найкращих соціальних та екологічних практик [24; 25]. В умовах економічної кризи в Україні орієнтація на принципи впровадження та інноваційні методи маркетингового менеджменту розбудови бізнес-моделі INDITEX може дати поштовх для розвитку промислового сектору та сфери послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Армстронг М. Менеджмент: методы и приемы. Пер. с англ. изд. Киев: Знання-Прес, 2006. 876 с.
2. Друкер П. Энциклопедия менеджмента. Под ред Т.А. Гуреш. Пер. с англ. О. Пелявского. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2004. 432 с.
3. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг Менеджмент. Экспресс-курс. Пер. с англ. под науч. ред. С. Жильцова. СПб.: Питер, 2012. 480 с.
4. Балабанова Л.В. Маркетинговый менеджмент. Київ: Знання, 2004. 354 с.
5. Россоха В.В. Маркетинговый менеджмент в системі управління підприємством. *Агроінком*. 2012. №10-12. С. 108-112.
6. Белявцев М.І. Маркетинговый менеджмент. За ред. М. Белявцева, В. Воробйова, В. Кузнєцова. Київ: Донецький нац. ун-т, 2006. 407 с.
7. Біловодська О.А. Маркетинговый менеджмент. Київ: Знання, 2010. 332 с.
8. Ткач О.В., Баланюк І.Ф., Копчак Ю.С., Баланюк С.І. Маркетинговый менеджмент у діяльності підприємств. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. 2016. Вип. 1(47). Т. 2. С. 291-296.
9. Peter D. Bennett, ed., Dictionary of Marketing Terms, 2d ed. Chicago: American Marketing Association, 1995.
10. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. Пер. с англ. под ред. С. Божук. СПб.: Питер, 2006. 464 с.
11. Райко Д.В. Лебедева Л.Е. Модель управління маркетингом у системі менеджменту промислового підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 1. С. 107-123.
12. Маркетинг-менеджмент. Под ред. И.В. Липсица, О.К. Ойнер. Москва: Юрайт, 2016. 379 с.
13. Яроміч С.А., Величко Т.Г. Сутність поняття маркетингового менеджменту в науковому дискурсі. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 740-745.
14. Эксклюзив: Амансио Ортега: Тайна за семью печалями. URL: <http://www.goldmustang.ru/magazine/exclusive/2576.html>.
15. Lee J. The model of fast fashion industry: a case survey of «Inditex». *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 11. С. 430-436.
16. Inditex on the Forbes Global 2000. URL : <https://www.forbes.com/companies/inditex/#15bbd9051e90>.
17. Ukrainian Retail Assosiation. URL: <https://rau.ua/uk/novyni/ujti-krasivo-5-sekretov-povedeniyu-feshn-biznesa-ot-osnovatelya-zara/>.
18. Захарова О.В., Клівак О.О. Конкурентоспроможність підприємства на прикладі інноваційної бізнес-моделі «Indetex». *Актуальні проблеми сучасної економіки та підприємництва*. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції студентів та молодих науковців. Покровськ: ДонНТУ, 2018, 134 с. С. 41-44.
19. Włodzimierz Rudny Business model design and its importance in successful strategy – the case of Zara. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Вип. 3(1). С. 129-134.
20. Гліненко Л.К., Дайновський Ю.А. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. №1. С. 83-102.

21. Хамула О.О. Завдання та проблеми розвитку сфери електронної торгівлі в Україні як середовища функціонування системи реалізації книжкової продукції. *Наукові записки : наук.-техн. зб.* Львів: УАД, 2015. №2 (51). С. 63-69.
22. Падерін І. Д., Романов О. В., Титовец Є. С. Розвиток інтернет-маркетингу на підприємствах малого та середнього бізнесу. *Економічний вісник Донбасу.* 2016. № 1(43). С. 120-124.
23. Inditex's net sales climb 7.5% to €19.8 billion. URL : <https://www.inditex.com/en/article?articleId=641861&title=Inditex%E2%80%99s+net+sales+climb+7.5%25+to+++%E2%82%AC19.8+billion>.
24. INDITEX. Our model. URL: <https://www.inditex.com/en/how-we-do-business/our-model>.
25. INDITEX. Annual report 2018. URL: <https://www.inditex.com/en/home>.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.3

УДК 336.143.2:352

Лактіонова О.А., д.е.н., доцент, Донецький національний університет імені Василя Стуса

Коберник Т.А., магістр, Донецький національний університет імені Василя Стуса

АНАЛІЗ ЧИННИКІВ ДОСТУПУ ДО КАПІТАЛУ ТА ІНФРАСТРУКТУРИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ

У статті досліджено чинники доступу до капіталу та інфраструктури фінансового забезпечення малого бізнесу на рівні регіону. Здійснено аналіз відмінностей у вартості капіталу для малого, середнього та великого бізнесу, розвитку кредитного ринку для потреб малих підприємств в розрізі областей України. Проведено оцінку комфортності ведення бізнесу з точки зору доступності фінансування у м. Вінниці на основі методики, розробленої в рамках проекту «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС). Доступність фінансових ресурсів визначено на основі оцінки ринку банківських послуг, розповсюдженості практик фінансування за допомогою бізнес асоціацій та розвиненості місцевих бюджетних програм для підприємництва.

Ключові слова: доступ до капіталу, інфраструктура фінансового забезпечення, малий бізнес, комфортність ведення бізнесу.

Рис.-7, Літ. – 10.

Лактіонова А.А., Коберник Т.А.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ДОСТУПА К КАПИТАЛУ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНЕ

В статье исследованы факторы доступа к капиталу и инфраструктуры финансового обеспечения малого бизнеса на уровне региона. Осуществлен анализ различий в стоимости капитала для малого, среднего и крупного бизнеса, развития кредитного рынка для нужд малых предприятий в разрезе областей Украины. Проведена оценка комфортности ведения бизнеса с точки зрения доступности финансирования в г. Виннице на основе методики, разработанной в рамках проекта «Партнерство для развития городов» (Проект ПРОМИС). Доступность финансовых ресурсов определены на основе оценки рынка банковских услуг, распространенности практик финансирования с помощью бизнес ассоциаций и развитости местных бюджетных программ для предпринимательства.

Ключевые слова: доступ к капиталу, инфраструктура финансового обеспечения, малый бизнес, комфортность ведения бизнеса.

Laktionova A., Kobernyk T.

ANALYSIS OF THE FACTORS OF ACCESS TO CAPITAL AND INFRASTRUCTURE OF SMALL BUSINESS IN THE REGION

The article explores the factors of access to capital and infrastructure for small business financial support at the regional level. The analysis of differences in the cost of capital for small, medium and large businesses, the development of credit market for the needs of small businesses in the cross-section of Ukraine. The comfort of doing business in terms of accessibility of financing in Vinnitsa was conducted on the basis of the methodology developed within the framework of the Partnership for Urban Development project (PROMIS project).

The availability of financial resources is determined on the basis of an assessment of the banking services market, the prevalence of financing practices through business associations and the development of local budget programs for entrepreneurship.

Keywords: access to capital, financial security infrastructure, small business, convenience of doing business.

Постановка проблеми. Актуальність проблем доступу до капіталу малих підприємств в Україні визначається неефективністю фінансового та, зокрема, кредитного ринку для суб'єктів малого бізнесу, яка є притаманною як для країн із розвинутими ринковими відносинами, так і для економіки України. В цьому аспекті розвиток механізмів інфраструктури фінансового забезпечення є об'єктивною основою зниження фінансової асиметрії та збільшення інвестицій в малий бізнес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний вклад у вирішення даної наукової проблеми внесли вітчизняні та зарубіжні вчені, такі, як: Рекуненко І. І. [1], Кугій А. А., Сокотенюк С. М. [2], Гацька Л. П., Журавський В. Л. [3]

Виділення невирішеної проблеми. Не зважаючи на вагомі наукові результати, отримані вченими, наразі розвиток інфраструктури розширення доступу до капіталу залишається недостатньо дослідженим як в теоретичному так і в практичному аспектах. Активний науковий інтерес викликають і питання нерівномірності розвитку кредитного ринку для малого бізнесу, що виникають на регіональному рівні.

Метою статті є визначення рівня та чинників, що формують доступ до капіталу для малого бізнесу на локальному рівні.

Виклад основного матеріалу. Зовнішнє фінансування - є важливим ресурсом, що дозволяє компаніям вести свій бізнес, модернізувати своє обладнання або розширювати свою діяльність, підвищувати свою конкурентоспроможність. Малий та середній бізнес зазвичай є більш обмеженими у доступі до фінансових ресурсів, ніж великий, для багатьох підприємств високі процентні ставки та вимоги до застави роблять доступ до банківської позики вкрай дорогим. Такі проблеми виникають і у сфері банківських послуг для започаткування бізнесу та його розширення.

Виходячи з джерел фінансування суб'єктів малого бізнесу, протягом 3-х років, капіталу на одного суб'єкта мав тенденцію до зниження (рис.1) з 10,70 млн. грн. у 2016р. до 2,5 млн. грн. у 2018р. Здебільшого це відбулося за рахунок падіння поточних зобов'язань, який є головним джерелом фінансування. Доступ як до власного, так і до позикового капіталу є суттєво обмеженим та найменш гнучким із досить повільним зростанням.

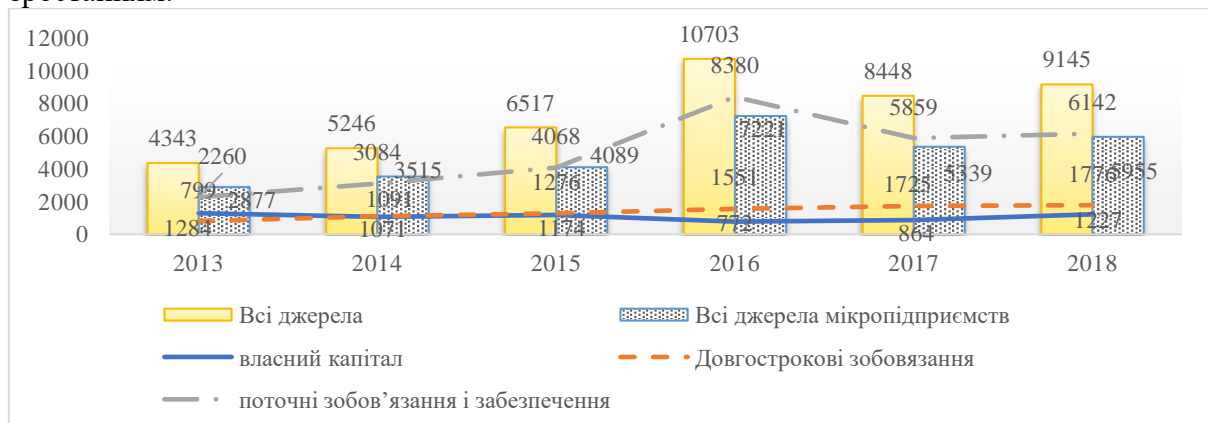


Рисунок 1 - Фінансування малого бізнесу та мікропідприємств, грн. на одне підприємство (розраховано на основі [4])

Відповідно до звіту оцінки політики щодо малого бізнесу у країнах Східного партнерства ОЕСР розрив за показниками доступу до фінансування малих підприємств складає від max-му 36%, найбільше за індикатором відхилення в негативний бік: схеми гарантування кредитів (67%), венчурне фінансування (72%) та його законодавче забезпечення (71%), моніторингом та оцінка фінансової грамотності (80%), банківське фінансування (59%).

Серед рекомендацій ОЕСР в сфері стимулювання та розширення доступу до фінансування були такі: впровадження стійкої ресурсної бази для банків в національній та іноземній валюті; підтримка банківської конкуренції для формування ініціативи для банків і пропозиції більш конкурентними ставками банківських послуг на нових ринках; зниження ринкових недосконалостей на основі таргетування схем гарантування кредитів для малого бізнесу і посилення небанківських джерел фінансування; покращення фінансової грамотності серед населення [5].

Схеми гарантій кредитування можуть допомогти малому бізнесу подолати кредитні обмеження, інтегрувати малий бізнес у формальний ринок кредитування за рахунок зменшення кредитного ризику банку. Кредитні гарантії як частина програм підтримки малого бізнесу існує майже у всіх країнах Східного партнерства, крім Азербайджану, де основним каналом підтримки є компенсація процентних ставок, що надається Національним фондом для підтримки підприємництва. Схеми кредитних гарантій в регіоні, як правило, тісно співпрацюють з місцевими банками, але участь приватного сектору в їх управлінні та ефективність надання послуг у багатьох випадках може бути підвищена. В Україні кредитні гарантії існують вже певний час, наразі розглядається схема гарантій із участю приватного сектору.

Один з прикладів доброї практики був в Естонії, де уряд створив «kredEx», самостійну фінансову установу, що пропонує гарантії позики, щоб допомогти бізнесу отримати доступ до фінансів, необхідних для інвестиційного зростання. Ключовий фактор успіху kredEx полягав в тому, що проводився послідовний моніторинг та оцінка зусиль для забезпечення адекватного впливу та просвітницької діяльності підприємств. Тільки у 2014 році kredEx надав гарантії на суму 68 млн. євро, що допомогло 393 компаніям отримати доступ до фінансів. KredEx надає гарантії до 75% фінансових продуктів, пропонованих банками-партнерами та лізинговим компаніям з контрактами у розмірі 1% від гарантованої суми та мінімальних гарантійних платежів 0,4% -1,7%, залежно від фінансового продукту. Надання гарантій передбачає широкий спектр цілей фінансування [4].

Інформаційна асиметрія між кредитором та позичальником може бути зменшена шляхом встановлення всебічної та надійної системи кредитної інформації. Крім того, сприяння формуванню на рівні малого бізнесу навичок бізнес-планування та управління фінансами, робить їх більш привабливими клієнтами для постачальників фінансових послуг. Крім сфери банківського кредитування уряди також можуть сприяти розвитку і альтернативних галузей фінансування – мікрофінансуванню, лізингу та факторингу шляхом створення адекватних правових механізмів, нагляду та підвищенню рівня обізнаності про спектр варіантів фінансування, доступних для малого та середнього бізнесу. При відносно високих вимогах до застави та процентних ставках багато МСП не відповідають вимогам банків щодо кредитування, а тому не можуть отримати необхідне фінансування, інвестувати та розвивати свій бізнес. Небанківські джерела фінансування можуть відігравати важливу роль, доповнюючи банківське фінансування та пропонуючи альтернативи для малого та середнього бізнесу.

Ефективність функціонування таких схем залежить від їх ретельного опрацювання. Одним із завдань є підтримка приватного сектору у забезпеченні фінансових послуг за умови не порушення ринкової рівноваги. В іншому випадку вони ризикують витіснити приватний сектор і заробити підприємства залежними від постійної державної або місцевої підтримки у доступі до фінансування.

Враховуючи високий рівень ризику, пов'язаний з неперевереними бізнес-моделями та відсутністю достатньої кредитної історії, банківське фінансування часто не є альтернативою для інноваційних стартапів і швидко зростаючих підприємств, незважаючи на їх високий потенціал. Ці компанії виграють від добре функціонуючої системи венчурного капіталу.

Більшість країн Східного партнерства визнає фінансову грамотність ключовим пріоритетом розвитку регіону. Певні заходи були застосовані в ЄС для надання навичок, необхідних для створення та управління малим бізнесом, включаючи інформаційні портали та спеціальні навчальні програми. Однак, головним недоліком таких ініціатив є поширена відсутність централізованої координації, нагляду та оцінки цих зусиль. Посилена увага до цієї сфери зробить різні зусилля уряду щодо фінансової грамотності більш прозорими та помітними для підприємців, значно підвищуючи їх привабливість та ефективність [4].

В Україні наявність фінансових обмежень для інвестиційної діяльності на рівні малого бізнесу підтверджується в частині вартості капіталу. Так, відповідно до даних НБУ, середні ставки за кредит для таких підприємств є вищими за аналогічні для середнього і великого бізнесу (рис. 2). Загальний розрив у вартості складав у 2017 році 1,8 в.п., у 2018 році 4,2 в.п., у 2019 році 9,3 в.п. Середня ціна капіталу для суб'єктів великого бізнесу за останні 3 роки складала 12%, середнього – 17%, малого – 18%.

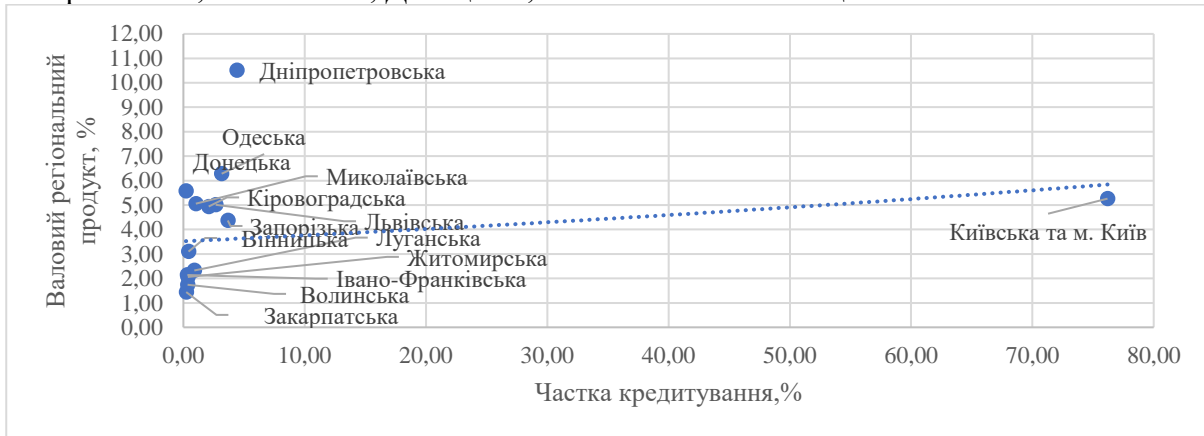


*складено на основі [6]

Рисунок 2 – Процентні ставки за кредит для великих, малих та середніх підприємств в Україні, %.

Загальні обсяги попиту на кредитні ресурси з боку реального сектору на рівні регіонів формуються на основі особливостей структури регіональної економіки за видами економічної діяльності а також ролі великого та малого бізнесу. Зазвичай регіони із більшим валовим регіональним продуктом (ВРП) споживають більші обсяги позикових ресурсів. Разом із тим виявлена тенденція у співвідношенні частки кредитування та ВРП по регіонах вказує на відсутність однозначної закономірності (рис. 2), очевидно, що на отримання таких результатів впливають можливості залучення капіталу великим бізнесом поза регіонами, а саме у фінансових центрах країни де розташовано головні офіси більшості вітчизняних банків. Таким чином на Київську область та м. Київ у 2017 році припадало 75% кредитів. На відміну від великих підприємств таких можливостей не мають малі суб'єкти господарювання. Так частка

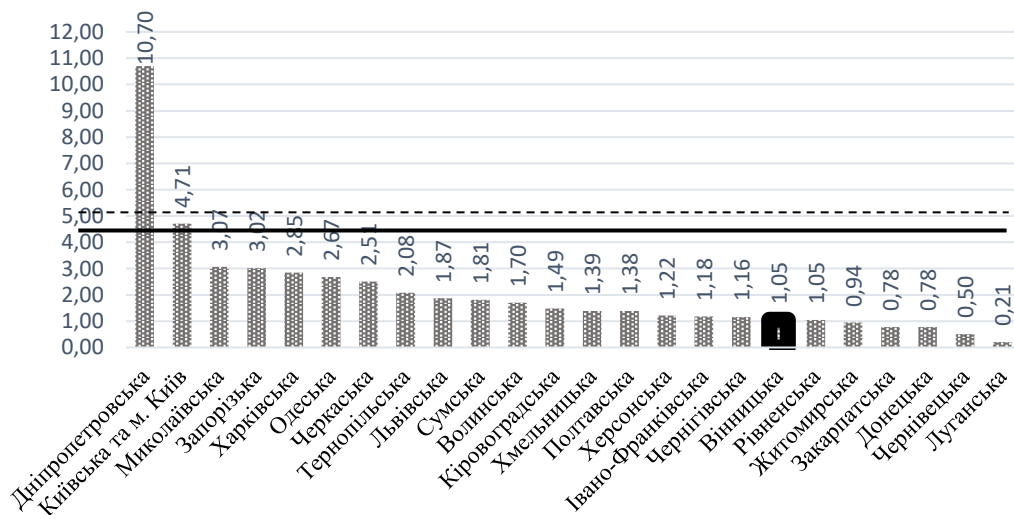
кредитування малого бізнесу в Україні складала на кінець 2017 року 13,4% (на 01.10.2019 – 10%). Якщо не враховувати фінансові та промислові центри країни (м. Київ, м. Харків, м. Дніпро), то на інші регіони припадає тільки 16% кредитного ринку в Україні. Така частка цілком співставна із обсягами кредитування малого бізнесу, який здебільшого залучає кошти на міста. Засновуючись на загальних обсягах кредитування на регіональних ринках найменше малий бізнес залучає ресурси Чернівецької, Закарпатської, Волинської, Донецької, Рівненської та Вінницької областей.



*складено на основі [6], [7]

Рисунок 3 – Частка кредитування в областях України до загальних обсягів ВРП (дані 2017 р.)

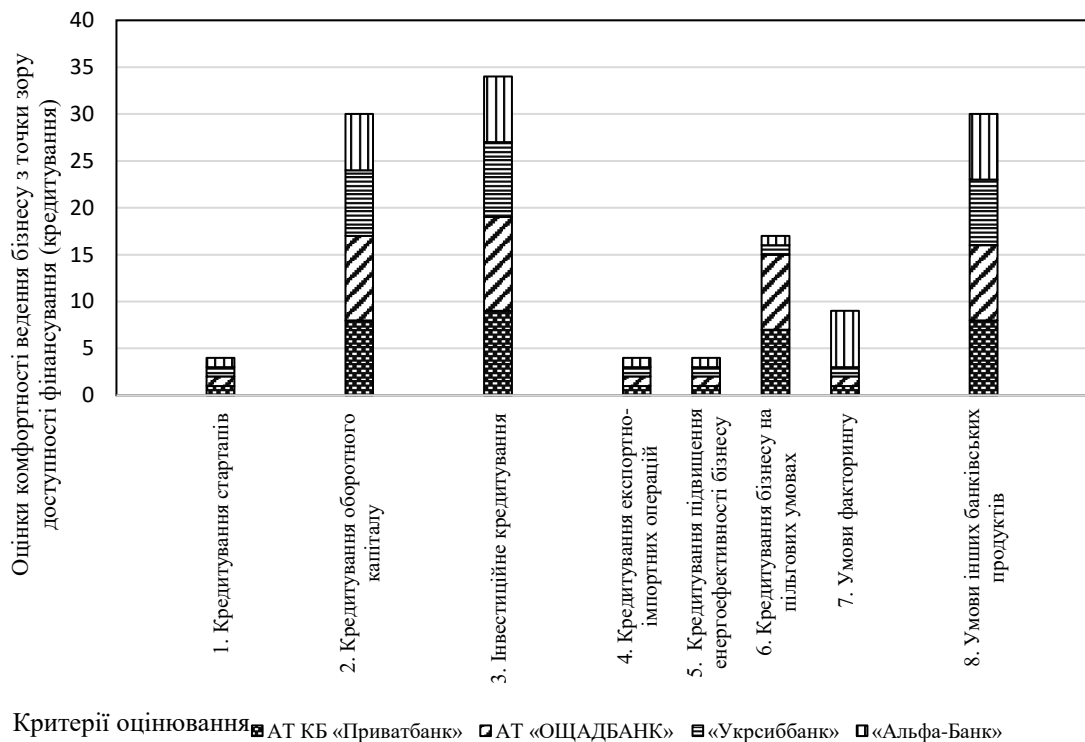
Доказом обмеженого доступу до фінансових ресурсів з боку малого бізнесу також свідчать пріоритети кредитування на регіональних ринках – співвідношення кредитів корпоративному сектору та домашнім господарствам (рис. 3). В таких областях як Житомирська, Закарпатська, Донецька, Чернівецька та Луганська кредитування населення переважає кредитування юридичних осіб. В інших областях таке співвідношення перевищує одиницю. Закономірно, що найбільший коефіцієнт мали Дніпропетровська, Київська, Запорізька, Харківська та Одеська області.



*складено на основі [6]

Рисунок 4 – Співвідношення кредитів корпоративному сектору та домашнім господарством у регіональному розрізі

Для аналізу чинників доступу до капіталу малого бізнесу в Україні та виявлення проблем його інфраструктури на локальному рівні (м. Вінниця) застосуємо методику розроблену в рамках проекту «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС), яка оцінює комфортність ведення бізнесу з точки зору доступності фінансування [8]. Відповідно до цієї методики оцінювання проводиться за трьома сферами інфраструктури фінансового забезпечення: ринку банківських послуг, розповсюдженості практик фінансування із залученням бізнес асоціацій та місцевих бюджетних програм для підприємництва. У вибірку банків для оцінювання потрапили АТ КБ «Приватбанк» (займає 1 місце у рейтингу за активами банківських установ (517,6 млрд.грн.), ПАТ «Ощадбанк» (займає 2 місце у рейтингу за активами банківських установ (279,8 млрд.грн.), АТ «Укрсиббанк» (активи банку складають 53,6 млрд.грн.), АТ «Альфа-Банк» (активи банку складають 72,9 млрд.грн.). Найкращі оцінки доступу до фінансування малого бізнесу отримав ПАТ «Ощадбанк» – 39 балів, на 2-му місці АТ КБ «Приватбанк» – 36 балів, АТ «Альфа-Банк» – 30 балів, АТ «Укрсиббанк» – 27 балів. Найбільш розвинутими послугами для малого бізнесу є кредитування оборотного капіталу, інвестиційне кредитування, кредитування бізнесу на пільгових умовах. Натомість найгірше розвинуті кредитування стартапів, кредитування експортно-імпорتنних операцій, підвищення енергоефективності бізнесу та факторинг (рис. 5).



*складено на основі [9], [10], [11], [12]

Рисунок 5 – Оцінка комфортності ведення бізнесу з точки зору доступності фінансування (кредитування) за кожним досліджуваним банком у м. Вінниці

Фінансова підтримка малого бізнесу з боку місцевого самоврядування може реалізовуватися на основі здійснення в рамках місцевих бюджетних програм безповоротних інвестицій, кредитування бізнес-проектів, сприятливі умови участі у конкурсі щодо отримання кредитування, відшкодування вартості банківського кредитування бізнес-проектів, анонсування у ЗМІ проведення закупівель бюджетним

коштом, заходи для заохочення бізнесу до участі у бюджетних закупівлях (рис. 6). Відповідно до оцінювання, найкращі оцінки отримано по сприятливим умовам участі у конкурсі щодо отримання кредитування (6 балів), за кредитування бізнес-проектів (7 балів) та за відшкодування вартості банківського кредитування бізнес-проектів (8 балів). За підсумком оцінювання Вінниця набрала 30 балів з можливих 60-ти.

Малі підприємства потребують підтримки влади як невід'ємна частини економічного сектору громади, в тому числі, й для забезпечення доступу до ринків і надбання навичок, необхідних для підвищення конкурентоспроможності. Результати оцінювання комфортності ведення бізнесу з точки зору доступності фінансування за рахунок існування відповідних місцевих бюджетних програм та закупівель у м. Вінниці наведено на рис. 6.



*складено на основі [13]

Рисунок 6 – Оцінка комфортності ведення бізнесу з точки зору доступності фінансування (місцеві бюджетні програми, закупівлі) у відділі розвитку підприємництва міської ради м. Вінниці

Оцінка комфортності ведення бізнесу з точки зору участі в цих процесах бізнес-асоціацій проаналізовано наступні організації м. Вінниці:

1. ВМГО «Центр підтримки малого бізнесу»;
2. ГО «Клуб ділових людей»;
3. Подільська агенція регіонального розвитку ;
4. ГО «Спілка підприємців «Стіна».

Проведений аналіз показав, що у м. Вінниці є досвід формування бізнес-об'єднань, проте громада перебуває лише на початковому етапі використання таких асоціацій для вирішення підприємницьких проблем (рис. 7). Подальший розвиток моделей участі бізнес-формувань задля захисту та просування інтересів представників МСП залишається актуальним завданням для бізнес-спільнот та органів влади міста Вінниці. Серед найбільш розвинених видів співучасті є пропозиція міжнародних проектів фінансування бізнесу та практика участі в них.

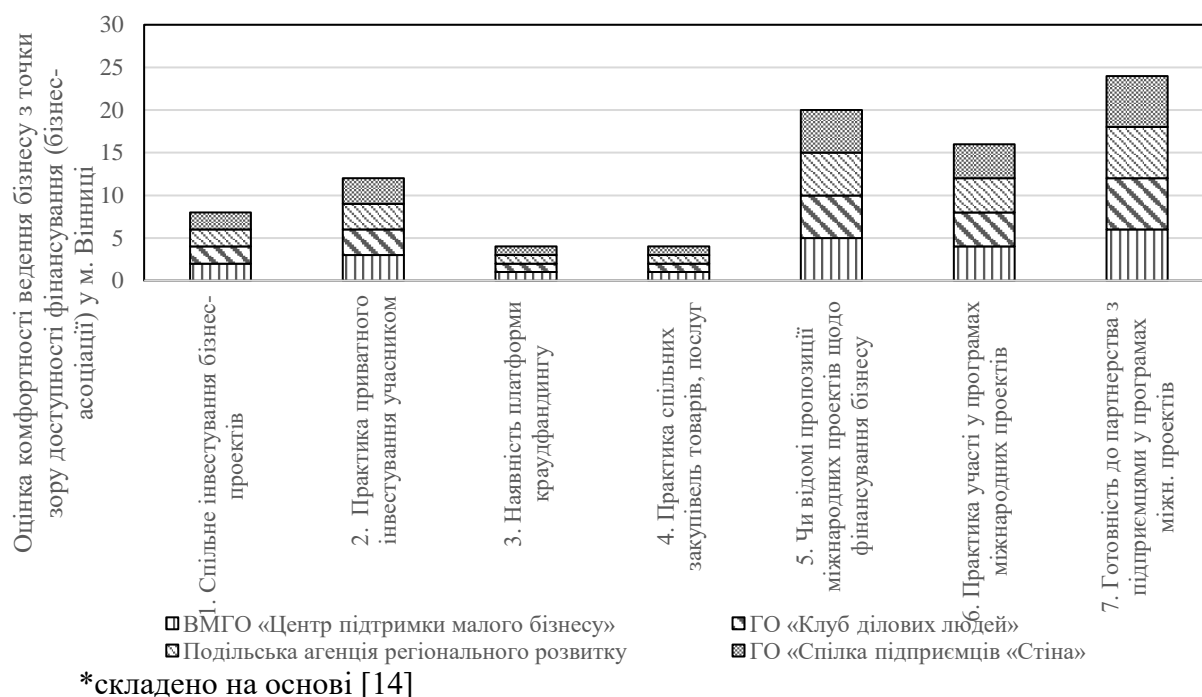


Рисунок 7 – Оцінка комфортності ведення бізнесу з точки зору доступності фінансування (бізнес-асоціації) у м. Вінниці

Як свідчить світових досвід, доцільність об'єднання в бізнес-асоціації малого і середнього бізнесу викликана наявністю суттєвих переваг спільних зусиль По-перше, асоціація може ефективніше відстоювати права малого бізнесу і легше входити у переговорний процес із органами влади та великими підприємствами, адже «вага» асоціації робить її повноправним партнером у діалозі. По-друге, це можливість отримати потрібну експертну інформацію у потрібний час. Наприклад, якщо готується законопроект із певної теми, асоціація може дати раціонально обґрунтовані рекомендації, які відобразатимуть реальні потреби підприємців. По-третє, асоціації допомагають підприємцям професійно зростати і ставати успішнішими, надаючи їм консалтингові та інші послуги з розвитку бізнесу. Так, за період реалізації проекту ПРООН було розроблено 35 нових послуг, які можуть надавати бізнес-асоціації, ще 17 існуючих послуг — вдосконалено. Число підприємців, охочих отримувати такі послуги, також зросло на 65%. Підвищення стандартів якості з ініціативи самого бізнесу приносить репутаційні переваги. Така практика також є механізмом протидії недобросесній конкуренції та корупційним практикам, полегшує доступ на зовнішні ринки завдяки гармонізації з міжнародними стандартами, сприяє покращенню екологічності виробництва. Особливість роботи в сфері розвитку бізнес-асоціацій в Україні у тому, що донедавна, не існувало жодної системної навчальної програми для розвитку потенціалу асоціацій. Аби усунути регуляторні перепони для малого бізнесу, у Вінниці, за експертної підтримки ПРООН, запровадили механізм, який дозволяє системно переглядати рішення, що впливають на ведення бізнесу – Відкриту регуляторну платформу. Відкритість означає, що рішення переглядаються колегіально усіма зацікавленими сторонами – міською владою, бізнес-асоціаціями, вищими навчальними закладами та громадськими організаціями. Як результат, у 2018 р. міськрада Вінниці

скасувала 10 регулювань, які втратили свою актуальність. Додатковою перевагою створення бізнес-асоціацій можуть бути ініціативи, спрямовані на покращення стандартів якості. Зрештою, такий підхід виявляється виграшним для всіх: бізнес здобуває репутацію та маркетингові переваги, покращується безпека для клієнтів, а ще – це реальний вплив на вирішення питань громадського здоров'я. Проект Програми розвитку ООН в Україні «Зміцнення бізнес-об'єднань малих і середніх підприємств» впроваджувався за фінансової підтримки Державного секретаріату Швейцарії з економічних питань (SECO).

Висновки та перспективи подальших досліджень. На основі проведеної оцінки комфортності ведення бізнесу з точки зору доступності фінансування (кредитування) м. Вінниці було виявлено нерозвиненість банківських продуктів таких, як: кредитування стартапів, кредитування експортно-імпортних операцій, підвищення енергоефективності бізнесу та факторинг. Підсумовуючи результати проведеного дослідження, можна зробити висновок, що на сьогоднішній час з боку фінансового забезпечення інвестиційної діяльності, а саме, для відкриття та розвитку малого бізнесу як в Україні, так і в регіонах, поки відсутні дієві та ефективні механізми. Для покращення доступу МСП до фінансування необхідно:

- розвиток інфраструктури довгострокового фінансового забезпечення малого бізнесу на основі посилення конкуренції на регіональному банківському і небанківському кредитному ринку;
- підтримка альтернатив, які можуть скласти конкуренцію банківському фінансуванню, шляхом впровадження відповідної нормативно-правової бази в сфері небанківських фінансових продуктів і послуг;
- зміцнення фінансової грамотності населення та розвиток навичок власників малих підприємств у сфері управління фінансами та бізнес-планування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рекуненко І. І. Характеристика елементів інфраструктури фінансового ринку. Вісник Української академії банківської справи. 2014. № 1(36). С. 38-44.
2. Кугій А. А., Сокотенюк С. М. Структурний аналіз фінансового забезпечення малого підприємництва URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_36
3. Гацька Л. П., Журавський В. Л. Проблеми фінансового забезпечення малого бізнесу в Україні: Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2005. №80. 37–40 с.
4. SME Policy Index Eastern Partner Countries 2016 Assessing the Implementation of the Small Business Act for Europe. URL: https://read.oecd-ilibrary.org/development/sme-policy-index-eastern-partner-countries-2016_9789264246249-en#page1 (дата звернення: 19.11.2019).
5. ПРОЕКТ ПОРЯДКУ ДЕННОГО ІНДЕКС ПОЛІТИКИ ЩОДО МСП: КРАЇНИ СХІДНОГО ПАРТНЕРСТВА. URL: https://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/SMEPI_Launch_Agenda_UA.pdf (дата звернення: 18.11.2019).
6. Національний банк України. Офіційний сайт. URL: <http://www.bank.gov.ua>
7. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 18.10.2019).
8. Офіційний сайт проекту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС). URL: <http://pledgd.org.ua/ua/pro-promis/fokus-promis/> (дата звернення: 20.10.2019).
9. Офіційний сайт АТ КБ «Приватбанк». URL: <https://privatbank.ua/business/kredit> (дата звернення: 19.10.2019).

10. Офіційний сайт АТ «ОЩАДБАНК». URL: <https://www.oschadbank.ua/ua/business/finansuvannya-biznesu> (дата звернення: 19.10.2019).
11. Офіційний сайт банку Укрсиббанк. URL: <https://my.ukrsibbank.com/ua/personal/> (дата звернення: 19.10.2019).
12. Офіційний сайт «Альфа-Банку». URL: <https://alfabank.ua/> (дата звернення: 19.10.2019).
13. Офіційний сайт Вінницької міської ради. URL: <https://www.vmr.gov.ua/Branches/Lists/BusinessSupport/ShowContent.aspx?ID=13> (дата звернення: 19.10.2019).
14. Програма посилення конкурентоспроможності малого та середнього підприємництва вінницької міської об'єднаної територіальної громади на 2017-2020 роки. URL: <https://www.vmr.gov.ua/Branches/Lists/BusinessSupport/ShowContent.aspx?ID=12> (дата звернення: 23.10.2019).
15. New Approaches to SME and Entrepreneurship Financing: Broadening the Range of Instruments [Electronic resource]. – Mode of access: URL: <https://www.oecd.org/cfe/smes/New-Approaches-SME-full-report.pdf> (дата звернення: 25.10.2019).
16. Рекуненко І. І. Інфраструктура фінансового ринку України: сучасний стан та перспективи розвитку: монографія. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2013. – 411 с.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.4

УДК 338.465.4:378

Сидорова А.В., доктор економічних наук, професор, ДонНУ імені Василя Стуса

Кобідзе Н.Н., аспірант, ДонНУ імені Василя Стуса

ОСОБЛИВОСТІ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВІТИ В НОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

У статті розглянуто сутність і значення освітніх послуг на сучасному етапі розвитку економіки, яку називають новою. Розкрито сутність освітньої послуги, її значні відмінності в порівнянні з іншими послугами в контексті нової економіки, яка характеризується переважанням знань, інформаційних технологій, нових бізнес-процесів, соціальних ініціатив над матеріальними активами. Визначено особливості освітніх послуг з точки зору змісту послуги, стандартів вищої освіти, спрямованості навчання, змісту програм, формування навчальних планів, суб'єктів навчального процесу, здатності до накопичення знань, умінь, навиків, співвідношення місця та часу виробництва й споживання освітніх послуг, ставлення до споживача, тривалості терміну надання послуг.

Ключові слова: освітня послуга, нова економіка, особливості освітніх послуг, компетентності, суб'єкти освітньої діяльності, стандарти вищої освіти.

Табл. - 1, Літ. - 12

Сидорова А.В., Кобідзе Н.Н.

ОСОБЕННОСТИ УСЛУГ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

В статье рассмотрена сущность и значение образовательных услуг на современном этапе развития экономики, которую называют новой. Раскрыта сущность образовательной услуги, её значительные отличия по сравнению с другими услугами в контексте новой экономики, которая характеризуется преобладанием знаний, информационных технологий, новых бизнес-процессов, социальных инициатив над материальными активами. Определены особенности образовательных услуг с точки зрения содержания услуги, стандартов высшего образования, направленности обучения, содержания программ, формирования учебных планов, субъектов учебного процесса, способности к накоплению знаний, умений, навыков, соотношения места и времени производства и оказания образовательных услуг, отношения к потребителю, длительности срока предоставления услуг.

Ключевые слова: образовательная услуга, новая экономика, особенности образовательных услуг, компетентности, субъекты образовательной деятельности, стандарты высшего образования.

Sydorova A., Kobidze N.

FEATURES OF HIGHER EDUCATION SERVICES IN THE NEW ECONOMY

In the article essence and value of educational services are considered under modern economics. Essence of educational service as well as its differences compared to other services are exposed in the context of new economy, that is characterized by predominance of knowledge, information technologies, new business processes, social initiatives above material assets. The features of educational services are certain from the point of view of maintenance of service, standards of higher education, orientation of studies, maintenance of the programs, forming of curricula, subjects of educational process, capacity for the accumulation of

knowledge, abilities, skills, correlation of place and time of educational services' production and consumption, attitude toward a consumer, duration of grant term.

Key words: educational service, new economy, features of educational services, competence, subjects of educational activity, standards of higher education.

Актуальність. Сучасний етап розвитку економіки отримав назву «нова економіка» або «економіка знань», тобто це економіка, яка базується не на екстенсивному споживанні вичерпних природних ресурсів, а на знаннях, на можливості генерувати знання, і в якій значну роль відіграє інтелектуальний капітал. Нова економіка – це сучасна економічна інфраструктура, що характеризується переважанням нематеріальних активів (знань, послуг) над матеріальними. Іншими словами, це економіка знань, нових інформаційних технологій, нових бізнес-процесів, що забезпечують конкурентоспроможність та лідерство. Важливу роль у новій економіці відіграють соціальні ініціативи, адже вони покликані формувати нових лідерів, які впливають на перебіг внутрішніх та міжнародних економічних процесів.

Знання та інформація в умовах нової економіки визначаються важливими ресурсами та джерелом багатства як окремої людини, формування її інтелектуального потенціалу, так і держави в цілому, яка підвищує таким чином людський капітал. Новою економікою також називають доступ, поширення та використання інформації в економічній діяльності за допомогою нових технологічних засобів. Отже, нова економіка характеризується своєю орієнтованістю на послуги та знання, зокрема на їхню передачу за допомогою нових технологій.

Основним фактором появи нової економіки стала зміна ролі інформації, котра стає найважливішим, більш легко керованим ресурсом і не вважається витратами. Особи, які не мають затребуваних знань і умінь, у новій економіці стають менш цінними для роботодавця. Тому необхідність отримання спеціальних компетентностей, які стали особливо цінними в новій економіці, змушує людину вчитися «впродовж життя». Ці суттєві зміни обумовлюють зростання ролі освіти як вищого пріоритету у системі державних цілей.

Освіта – це одна з секцій у сучасній моделі економіки, результатом діяльності якої, як і інших видів діяльності, є створений продукт під назвою «освітня послуга». Згідно Класифікації видів економічної діяльності (КВЕД), освіта має свій власний класифікаційний код секції Р 85, з підсекцією освітня діяльність – Р 85.4; класом – освітня діяльність у сфері вищої освіти – Р 85.42. Отже, освіта як вид економічної діяльності представляє собою сукупність установ та організацій, які здійснюють освітню діяльність, їх основною метою є створення і реалізація освітніх послуг, які під час реалізації стають товаром.

Порядок здійснення освітньої діяльності регулюється Законом України "Про освіту" (2014 р.) і Законом України «Про вищу освіту» (2017 р.), якими встановлюється, що освітня послуга - це комплекс визначених законодавством, освітньою програмою і / або договором дій суб'єкта освітньої діяльності, мають певну вартість і спрямовані на досягнення здобувачем освіти очікуваних результатів навчання [1]. У наведеному в законі визначенні окреслено головні ознаки освітньої послуги, що заключаються, по-перше, в тому, що послуга надається суб'єктом освітньої діяльності; по-друге, полягає в здійсненні суб'єктом освіти комплексу дій, встановлених законодавством, освітньою програмою і / або договором; по-третє, має на меті отримання певних результатів навчання здобувачем освіти.

Метою статті є дослідження категорії «освітня послуга» та визначення

особливостей послуги вищої освіти в новій економіці.

Для досягнення цієї мети досліджено сутність освітніх послуг як економічної категорії, уточнено її визначення, розглянуто особливості послуг вищої освіти. Дослідження сутності освітніх послуг знайшли відображення в наукових працях зарубіжних і вітчизняних учених-економістів. Серед українських науковців відмітимо В. Александрова [3], С.В. Багдік'яна [4], Г. Міщенко [9], А.Я. Дмитрів [7], А.В. Карпенка [8], Т.Є. Оболенську [6], О. Панич [10], О.В. Прокопенко [5], Т.А. Яшук [12] та ін. У працях цих науковців з різних сторін досліджено економічну сутність послуги взагалі й освітньої послуги зокрема. В даній статті зосереджено увагу на особливостях послуг вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес розбудови суспільства знань пов'язаний з необхідністю формування сучасного інтелектуального потенціалу людського капіталу як основи конкурентоспроможності Української держави. Саме тому для створення економіки, основаної на знаннях, необхідно сприяти розвитку освітньої діяльності в країні, підвищенню якості освітніх послуг.

Для визначення особливостей послуг вищої освіти розглянемо і порівняємо її риси з сутністю послуги взагалі. Незважаючи на те, що в економічній літературі, в основному, склалося загальне уявлення про послуги, єдиного визначення сутності послуги немає. Пояснюється це тим, що різні автори розглядають її з різних сторін: як економічну категорію, як вид економічної діяльності, як процес, як результат діяльності, як товар.

У широкому сенсі послугу визначають як дію, що приносить користь іншому, тобто послуга – це результат, як правило, нематеріальний, щонайменше одного виду діяльності і який обов'язково утворюється у взаємодії постачальника та споживача.

У цьому визначенні підкреслюється, що послуга – це нематеріальний результат діяльності різних секторів економіки. Але деякі послуги матеріалізуються в зміненому стані особи чи об'єкта, на який направлено послугу. Більш широке розуміння послуги наведено в роботі [10, с.13]. Послуга - це вид діяльності, результатом якої є особливий продукт, призначений для продажу, як правило, в нематеріальній формі або який матеріалізується в зміненому стані об'єкта і задовольняє потреби особистості, колективу, суспільства в цілому. Послуги являють собою результат різномірної діяльності, здійснюваної виробниками на замовлення споживачів. Отже, обов'язковою умовою надання послуги є її адресність, тобто наявність замовника (споживача). Матеріальна складова, що відображає змінений стан, присутня під час надання послуг транспорту (діяльність, у результаті якої відбувається зміна місця перебування особи чи об'єкту), послуги туризму (подорожі, відвідування країн, туристичних місць), послуги ремонту (зміна стану об'єкта), послуги охорони здоров'я, освіти (характеризують зміну стану особи) тощо.

Змінений стан особи в результаті надання послуги притаманний саме послугам освіти. Саме тому, як відмічається в статті [12, с.246] освітня послуга є специфічною формою, що має своїм результатом нематеріальний продукт у вигляді системи знань, інформації, вмінь, навичок, які передбачені робочими програмами дисциплін. Через певний період навчання вони будуть використовуватися здобувачем освіти з метою задоволення потреб людини і суспільства, тобто освітніми послугами є блага, які надаються не в вигляді речей, а в формі діяльності.

В. Александров відмічає, що освітня послуга – це організований процес навчання для одержання необхідних знань, навичок і вмінь. Це – особливий інтелектуальний товар, який надається стороною, що організує і здійснює процес навчання, та отримується іншою стороною, яка може бути одночасно і учнем, і контролером якості

послуги, і платником за неї [3]. Автор використовує у даному випадку категорії «процес» і «товар».

Освітні послуги як процес і результат визначаються в роботі С.В. Багдік'яна, який пише, що освітні послуги можна охарактеризувати як цілеспрямований систематичний процес передачі та отримання знань, інформації, вмінь і навичок та результат інтелектуального, культурного, духовного, соціально-економічного розвитку суспільства та держави [4].

На думку Т. Оболенської, освітня послуга - специфічний товар, який задовольняє потребу людини в набутті певних знань, навичок і вмінь для їхнього подальшого використання в професійній діяльності [6, с.133]. Отже, у цьому визначенні відмічається, що освітня послуга є товаром, призначеним для продажу.

Освітню послугу як «сукупність корисних властивостей, які повинні задовольнити пов'язані з одержанням кваліфікації потреби споживачів» характеризує у своїй статті Дмитрів А.Я. і відмічає, що освітні послуги задовольняють особистісні (кінцевий споживач), колективні (підприємства-роботодавці) та суспільні (державна, суспільство) потреби [7]. Тобто він підкреслює тривимірну сутність освітньої послуги та надає визначення послуги вищої освіти як «процес», але за такими аспектами:

1) з погляду особистості – це процес передачі кінцевому споживачеві сукупності знань, вмінь та навичок професійного змісту, які необхідні для задоволення його особистих потреб в отриманні професії, а також самовдосконаленні та самоствердженні; цей процес здійснюється за тісної взаємодії зі споживачем відповідно до встановленої програми та за певною формою (денна, заочна, вечірня або дистанційна) [7] ;

Зауважимо, що освітня послуга як результат процесу – це продукт спільної праці викладачів та здобувачів вищої освіти, тому з цієї точки зору система відношень між ними розглядається як процес, забезпечений необхідними матеріальними й нематеріальними ресурсами задля здійснення навчання та оволодіння здобувачем освіти програмних результатів.

2) з погляду закладу освіти – це процес фахової підготовки, підвищення кваліфікації або перепідготовки персоналу, які необхідні для забезпечення його подальшої працездатності, підтримки конкурентоздатності й розвитку людського капіталу в змінному ринковому середовищі;

3) з погляду держави – це процес, який забезпечує формування й розвиток особистісного та інтелектуального потенціалу суспільства. Проте автор не враховує, що в сучасних умовах в освітню діяльність включається роботодавець.

З іншої точки зору розглядає характеристику освітніх послуг Т.Є. Оболенська, яка відмічає, що у теорії маркетингу освітніх послуг створено чотиривимірну систему характеристик, притаманних послугам, а саме: невідчутність (нематеріальність), невіддільність, мінливість (або її ще називають непостійністю) та незбереженість [6].

У роботі Г. Міщенко відмічається, що «товаром вищого навчального закладу можна вважати випускника і диплом як документ, що гарантує певні дивіденди від інвестованих матеріальних і моральних зусиль» [9]. Але з таким твердженням не можна погодитись.

Зазначимо, що випускник ЗВО не може бути товаром, він виступає носієм загальних і спеціальних (професійних) компетентностей, передбачених освітньою програмою, і які інтегруються в програмних результатах навчання (ПРН). Заявлений Г. Міщенком підхід пояснюється тим, що на ринку праці дійсно часто конкурують дипломи закладів вищої освіти, не дивлячись на те, що, по-перше, випускники ЗВО мають різний рівень теоретичних знань, умінь і практичних навичок, по-друге, працюють вони не завжди за своїм напрямом освіти (або освітньою програмою), для

яких, відповідно стандарту вищої освіти, передбачається різний перелік компетентностей і програмних результатів навчання (ПРН). Отже, освітня послуга – складна категорія, котра характеризує різні сторони освітнього процесу.

У новій економіці змінюється система підготовки здобувачів освіти. Підготовка здобувачів вищої освіти в сучасних умовах усе більше орієнтується не на фахівця в галузі конкретної науки, а на оволодіння компетентностями професії й посади, які прописані в освітній програмі, розробленій згідно державному стандарту.

Стандарти вищої освіти, розроблені в Україні в період з 2016 до 2018 р., є стандартами нового покоління. Вони відповідають вимогам Болонського процесу і базуються на компетентністному підході. У стандартах не встановлюють перелік нормативних дисциплін (як це було у попередніх стандартах) і вибіркових дисциплін, що забезпечує автономію університетів. Завдяки цьому створюються передумови для широкого розмаїття освітніх програм [11]. Очікується, що такі стандарти будуть орієнтувати викладачів та студентів на конкретні результати, залишаючи їм достатньо самостійності у визначенні шляхів досягнення результатів навчання. Підтвердити останню тезу можна словами Адама Сміта, що час, витрачений на навчання, є значно продуктивнішим ніж час, коли людина вже безпосередньо використовує в процесі навчання набути знання, вміння, навички і досвід.

Сьогодні стандартами вищої освіти передбачається розробка освітніх програм, у яких наведено необхідний перелік загальних і спеціальних (професійних або фахових) компетентностей, яких повинні набуті здобувачі вищої освіти, щоб оволодіти програмними результатами навчання (ПРН).

Як будь-який вид економічної діяльності, діяльність у сфері вищої освіти утворює особливий продукт (освітню послугу), тобто результат діяльності. Продуктом діяльності закладу вищої освіти необхідно вважати не випускника, а перелік інтегральної, загальних і спеціальних компетентностей і програмних результатів, якими повинен оволодіти здобувач освіти під час навчання, тобто в процесі споживання освітніх послуг, а диплом про вищу освіту є матеріальним проявом освітньої діяльності – це документ, який підтверджує, що фахівець отримав цей перелік.

Отже, в сучасних умовах освітню послугу, яку надає ЗВО, пропонується визначити наступним чином: *послуга вищої освіти – це особливий нематеріальний продукт, який є результатом процесу навчання, направленою на оволодіння інтегральною, загальними й спеціальними компетентностями та програмними результатами навчання (ПРН), і який задовольняє потреби особистості, колективу та суспільства.*

Уточнення визначення освітньої послуги дозволяє виокремити її особливості в новій економіці. Перш за все, відмітимо систему загальновідомих характеристик, притаманних послугам взагалі, а саме: нематеріальність, неможливість зберігати та накопичувати послуги, непостійну якість надання, невіддільність виробника й споживача. До переліченого можна додати таку характеристику, як «співпадіння місця та часу виробництва і споживання послуг». Проте, не всі характеристики послуг притаманні освітнім послугам.

Для освітніх послуг характерні нематеріальність, тобто освітні послуги не можна відчутти або побачити; невіддільність викладача й студента, бо вони знаходяться в одній аудиторії або в режимі on-line в той самий час; освітнім послугам притаманна непостійна якість надання, оскільки викладачі мають різний рівень кваліфікації, а здобувачі освіти – різний рівень підготовки, різний рівень сприйняття нового, крім того, впливають бажання й здатності здобувача освіти оволодіти компетентностями, якість і структура

освітньої програми, залежність від забезпеченості процесу сучасним лабораторним обладнанням, комп'ютерними програмними продуктами та від інших умов.

Разом з тим, отримані компетентності й програмні результати навчання не тільки зберігаються, але й накопичуються в результаті перепідготовки, підвищення кваліфікації, отримання другої освіти тощо, або з часом втрачаються, або морально застарівають. Слід підкреслити, що в умовах нової економіки невідділеність викладача від споживача (здобувача освіти) також змінюється, оскільки крім двох суб'єктів навчального процесу з'являється ще один суб'єкт – роботодавець, який є кінцевим споживачем набутих потенціальним працівником компетентностей. Узагальнення викладеного дозволяє порівняти особливості освітніх послуг у різних умовах (табл.1).

Таблиця 1

Особливості послуг вищої освіти у новій економіці*

№	Властивості та особливості послуг	У традиційній економіці	У новій економіці
1	За освітнім стандартом	Сутність освітньої послуги за стандартом визначалась на основі нормативних дисциплін	Поняття нормативних дисциплін скасовано. Сутність визначається на основі компетентнісного підходу
2	За змістом	Система знань, умінь і навичок	Сукупність інтегральної, загальних і спеціальних компетентностей та програмних результатів
3	За спрямованістю навчання	Підготовка фахівця з орієнтацією на оволодіння фаховою наукою	Підготовка фахівця з орієнтацією на професію та посаду
4	За змістом освітньої програми	Нормативні та вибіркові дисципліни	Фундаментальні, професійні, вибіркові, спеціальні
5	За формуванням навчального робочого плану	Визначення нормативних і вибіркових дисциплін під час складання плану	Визначення дисциплін фундаментальних і професійних. Вибіркові дисципліни обирають самі студенти
6	Суб'єкти навчального процесу	Виробник послуги і споживач	Виробник послуги, споживач і роботодавець
7	Здатність до накопичення послуг	Поступова втрата теоретичних знань і накопичення практичних навичок, «застаріння знань»	Оволодіння компетентностями й програмними результатами вимагають постійного оновлення та навчання «впродовж життя»
8	Співпадіння місця та часу виробництва й споживання послуг	Співпадіння місця та часу виробництва й споживання послуг характерне тільки під час занять	У новій економіці поширюється дистанційне навчання, що приводить до неспівпадіння місця виробництва та споживання послуг
9	Ставлення до споживача	Після продажу освітніх послуг відносини між ЗВО та роботодавцем закінчуються	Після продажу освітніх послуг відносини між ЗВО і роботодавцем продовжуються через участь у розробці та обговоренні освітніх програм, стажування, перепідготовку спеціалістів
10	Тривалий термін надання освітніх послуг	Характерна ознака	Характерна ознака

*Власна розробка

Для більшості послуг характерне співпадіння місця і часу виробництва та споживання, тобто зазвичай послуги споживаються під час їх надання, але формування компетентностей потребує, по-перше, самостійного опрацювання навчального матеріалу та додаткового часу, в результаті час споживання відсувається; по-друге, неспівпадіння виникає в зв'язку з тим, що здобувач освіти повинен бути працевлаштованим, якщо цього немає, його компетентності залишаться не затребуваними. Якщо здобувач освіти взагалі не працює за фахом, або буде працювати в іншій галузі, то його компетентності, що прописані в стандартах спеціальностей і освітніх програм, не затребувані й не реалізуються.

Планом пріоритетних дій Уряду України на 2018 рік передбачалося підготувати понад 150 стандартів за різними спеціальностями для різних рівнів вищої освіти. Загальна кількість стандартів визначається переліком галузей знань і спеціальностей, прийнятим у 2015 р., за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти [2]. Згідно з цим документом, налічується 293 спеціальності, за якими сьогодні виконується підготовка здобувачів вищої освіти і, відповідно, мають бути підготовлені стандарти, в яких після обговорень з громадськістю затверджуються загальні й спеціальні компетентності. Станом на грудень 2018 року було розроблено 108 стандартів рівня «бакалавр», 50 магістерських та 20 рівня «доктор філософії» [11].

Висновки. Основними суб'єктами ринкових відносин нової економіки в освіті є виробники освітніх послуг (заклади вищої освіти, фізичні особи, які надають освітні послуги), споживачі послуг (здобувачі освіти) та роботодавці (кінцеві споживачі: підприємства, фізичні і юридичні особи, організації). Узагальнення різних визначень дає змогу стверджувати, що освітня послуга є результатом освітньої діяльності, в якій відображено складні економічні відносини між виробником послуг, здобувачем освіти й роботодавцем.

Носієм компетентностей є особистість, і лише від неї залежить, наскільки ефективно надані освітні послуги будуть використані для досягнення поставлених цілей та завдань. На ринку праці випускник університету стає представником закладу вищої освіти, його іміджу і якості надання освітніх послуг. Послуги вищої освіти мають певні особливості з неоднозначними характеристиками, розуміння яких є чинником поліпшення іміджу закладу та управління попитом на послуги вищої освіти. Корисний результат освітніх послуг виявляється лише через тривалий час, а його вимір здійснюється не безпосередньо, а з використанням непрямих показників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про вищу освіту» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
2. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти. - К: ТОВ «ЦС», 2015. – С. 17-25.
3. Александров В. Освітня послуга: суть та моделі якості // Економіка України, 2007. – №3 – С. 53–60
4. Багдік'ян С.В. Освітні послуги: дослідження поняття, класифікація, базові характеристики // Економіка, Менеджмент, Підприємництво. – 2010. – № 22 (1). – С. 97–100
5. Маркетинг образовательных услуг: монография / Под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. О.В. Прокопенко. – Ruda Śląska : «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium», 2016. – 168 с.
6. Оболенська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід. – К.: КНЕУ, 2001. – 208 с.

7. Дмитрів А.Я. Характеристика особливостей освітньої послуги з погляду маркетингу. Національний університет “Львівська політехніка”, 2010. <http://ena.lp.edu.ua>
8. Карпенко А.В. Розвиток інтелектуальних активів людського потенціалу: теорія та практика: монографія.– Запоріжжя: ФОП В.М. Мокшанов, 2018.–510 с.
9. Міщенко Г. Маркетинг і вища освіта // Вісник Книжкової палати – №8 – 2004.
10. Сидорова А.В. Методы анализа и прогнозирования развития сферы услуг: монография.– Донецк, 2002.– 239 с.
11. Панич О. Система підготовки стандартів вищої освіти і перспективи її вдосконалення./ Матеріали конференції «Розбудова системи забезпечення якості вищої освіти в Україні»: Київський Національний торговельно-економічний університет). 11-12 червня 2019 р.
12. Ящук Т.А. Ринок освітніх послуг: сутність та тенденції розвитку //Інноваційна економіка № 8,2013, с. 246-249.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.5

УДК 336.744

Савченко М.В., д.е.н., доцент, професор кафедри міжнародних економічних відносин Донецького національного університету імені Василя Стуса

Короленко В.О., магістрант Донецького національного університету імені Василя Стуса

Порошина О.В., магістрант Донецького національного університету імені Василя Стуса

СУЧАСНИЙ СТАН КРИПТОВАЛЮТИ НА ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ АРЕНІ ТА ЇЇ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

У статті досліджуються новації в грошовій сфері, а саме поява нової, сучасної форми грошей – цифрової валюти. Визначено форми даної валюти, а саме електронні та віртуальні гроші. Проаналізовано динаміку розвитку найпершої та нині найдорожчої криптовалюти – Bitcoin. Зазначено загальний стан використання криптовалюти в світі. Також виділені переваги та недоліки використання цифрової валюти. Висвітлено топ-10 криптовалют в світі на 2019 рік, серед яких з найбільшою ринковою капіталізацією є Bitcoin, Ethereum, Ripple. Виявлено залежність від рівня економічного розвитку країни та ступеня впровадження криптовалюти. Вивчено світовий законодавчий досвід в питанні регулювання сфери обігу криптовалют і особливості оподаткування, можливість застосування його в українському законодавстві щодо легалізації криптовалюти і мінімізації ризиків в процесі використання. Перелічено компанії в Україні, в яких можна розраховуватись в Bitcoin. Розглядаються перспективи поширення та подальшого розвитку криптовалют в Україні та на світовій арені. Відзначено, що за умови удосконалення грошової технології, її правильного законодавчого регулювання та покращення інфраструктури даний фінансовий інструмент займе важливе місце в повсякденному житті людей.

Ключові слова: цифрова валюта, криптовалюта, Bitcoin, Ethereum, Ripple, віртуальна валюта, платіжний інструмент.

Рис. – 3, Табл. – 4, Літ. – 13

Савченко М.В., Короленко В.О., Порошина О.В.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ НА ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АРЕНЕ И ЕЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В УКРАИНЕ И МИРЕ

В статье исследуются новации в денежной сфере, а именно появление новой, современной формы денег - цифровой валюты. Определены формы данной валюты, а именно электронные и виртуальные деньги. Проанализирована динамика развития самой первой и ныне самой дорогой криптовалюты - Bitcoin. Указано общее состояние использования криптовалюты в мире. Также выделены преимущества и недостатки использования цифровой валюты. Представлены топ-10 криптовалют в мире на 2019 год, среди которых с наибольшей рыночной капитализацией являются Bitcoin, Ethereum, Ripple. Выявлена зависимость от уровня экономического развития страны и степени внедрения криптовалюты. Изучено мировой законодательный опыт в вопросе регулирования сферы обращения криптовалюты и особенности налогообложения, возможность применения его в украинском законодательстве по легализации криптовалюты и минимизации рисков в процессе использования. Перечислены компании в Украине, в которых можно рассчитываться в Bitcoin. Рассматриваются перспективы распространения и дальнейшего развития криптовалюты в Украине и на

мировой арене. Отмечено, что при усовершенствовании денежной технологии, его правильном законодательном регулировании и улучшении инфраструктуры данный финансовый инструмент займет важное место в повседневной жизни людей.

Ключевые слова: цифровая валюта, криптовалюта, Bitcoin, Ethereum, Ripple, виртуальная валюта, платежный инструмент.

Savchenko M., Korolenko V., Poroshyna O.

THE CURRENT STATE OF THE CRYPTOCURRENCY IN THE GLOBAL ECONOMIC ARENA AND ITS PROSPECTS OF DEVELOPMENT IN UKRAINE AND THE WORLD

The article explores innovations in the monetary sphere, namely the emergence of a modern form of money - digital currency. Forms of this currency, such as electronic and virtual money, are defined. The dynamics of development of the first and the most expensive cryptocurrency now - Bitcoin is analyzed. The general state of the cryptocurrency usage in the world is indicated. The advantages and disadvantages of using digital currency are also highlighted. The Top-10 cryptocurrencies in the world for 2019 are highlighted with the largest market capitalization of Bitcoin, Ethereum, Ripple. The dependence of the economic development level of the country and the degree of cryptocurrency implementation is revealed. The world legislative experience in the field of regulation of the cryptocurrency is researched. The possibility of its application in the Ukrainian legislation by the cryptocurrency legalization and minimization of risks in the process of use are studied. Prospects for the spread and further development of cryptocurrencies in Ukraine and in the world are considered. It is noted that providing the improvement of monetary technology, its proper regulation and improvement of infrastructure, this financial instrument will occupy an important place in people's daily life.

Keywords: digital currency, cryptocurrency, Bitcoin, Ethereum, Ripple, virtual currency, payment instrument.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Зі світової історії грошей можна побачити, що якої би форми вони не набували в процесі еволюції, гроші все одно залишаються єдиним мірилом вартості товарів та послуг, а також виконують функції засобу платежу, обігу та заощадження. На сьогодні, бурхливого розвитку набули цифрові валюти. В залежності від рівня економічного та соціального розвитку країни по різному ставляться до новітніх технологій, до їх впровадження в усіх сферах суспільного життя. Нині в розвинених країнах широко почали застосовувати такий новий, інноваційний платіжний інструмент, як криптовалюти. Тож Україні також потрібно долучатись до світових тенденцій в даній галузі, впроваджувати ефективно використання цифрових грошей. Національний Банк України, Міністерство фінансів, уряд мають різні погляди щодо статусу криптовалюти та ризиків, що виникають у цій сфері.

Актуальність дослідження полягає в тому, що на сьогодні криптовалюти швидко розвиваються і мають як переваги, так і недоліки. Відсутність в багатьох країнах, в тому числі Україні, чіткого визначення криптовалюти, а також законодавчої бази створює певну небезпеку та ризики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми, що розглядається. Нині в світовій економіці немає єдиних нормативно-правових актів, які б регулювали обіг цифрової валюти, проте існує достатньо наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених з даної тематики. Вагомий внесок у розвиток питання криптовалюти зробили такі

науковці як Семенген І. Б., Москальов А. А., Урбанович В. А., Зозуля Н., Васильчак С. В., Жувагіна І. О., Мейш А. В. Проте, на нашу думку, мала недостатня приділена дослідженню розвитку криптовалют в Україні, їх легалізації для нівелювання потенційних ризиків.

Метою статті є дослідження динаміки розвитку криптовалюти в сучасній економіці, вивчення питання врегулювання застосування цифрової валюти в Україні та в світі, оцінка перспектив і ризиків її використання в нашій країні та на глобальній арені.

Виклад основного матеріалу. В сучасних умовах нестримного зростання грошових ринків, активного розвитку новітніх технологій та інновацій, динамічних трансформацій глобальних економічних процесів поруч з реальною економікою активно розвивається віртуальна, основою якої є обіг цифрової валюти.

Цифрова валюта існує у двох формах: електронні гроші, які є лише цифровим відображенням реальних грошей і циркулюють у реальній економіці з метою транзакцій останніх з одного банківського рахунку на інший; криптовалюта, яка є віртуальною валютою, що вільно обертається в цифровому світі.

Термін «криптовалюта» набув поширення після фінансової кризи 2008-2009 років, яка значно похитнула світову грошову систему і призвела до послаблення довіри до американського долара. Поява криптовалюти розв'язала проблему подвійних витрат при використанні фінансових інструментів, оскільки суб'єкти фінансового ринку мають доступ до особистих віртуальних гаманців (аналог банківського рахунку), який служить буфером для трансформації реальних грошей у криптовалюту. Віртуальні гаманці розміщуються на торгових платформах, запропонованих брокерами віртуальних систем. Власник віртуального гаманця сам генерує цифровий код, що в майбутньому відобразатиме номер його віртуального рахунку, а також слугуватиме основою для подальших транзакцій. Bitcoin вважається першою криптовалютою на віртуальному ринку і наразі вона є найдорожчою в світі. Динаміка росту курсу Bitcoin до американського долара за 2014-2019 роки зображена на рис. 1. В період 2010-2013 років курс Bitcoin коливався від 0,06\$ у 2010 році до 400\$ у 2013 році.

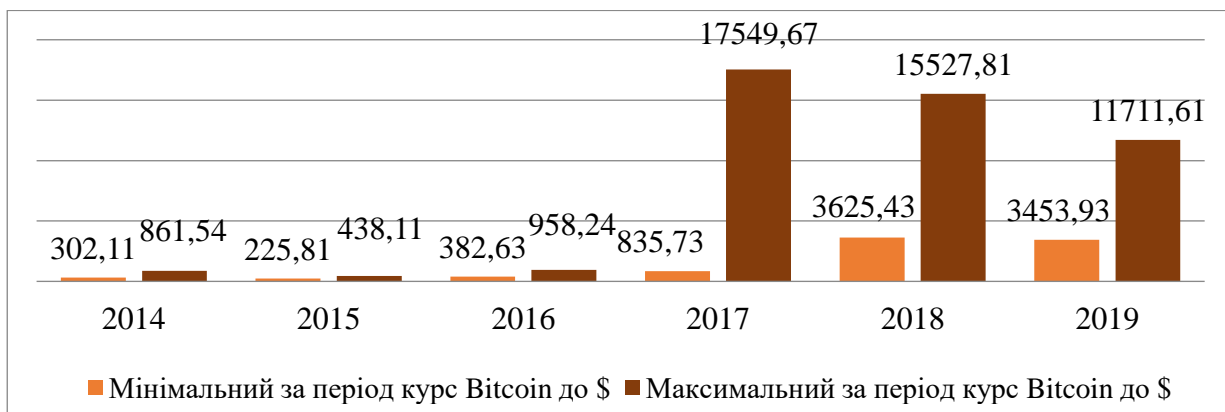


Рисунок 1 - Динаміка росту курсу криптовалюти Bitcoin до американського долара за 2014-2019 роки

Джерело: складено авторами на основі [1, 2]

Рисунок 1 демонструє нестабільність Bitcoin і криптовалюти в цілому, тому на біржах обміну віртуальними валютами (торгівельні платформи, що створені з метою торгівлі криптовалютами) можна як стати мільйонером, так і банкрутом в одну мить. Наприклад, якщо придбати криптовалюту за мінімальним курсом, а в піковий період продати її за курсом мінімум вдвічі-втричі вищим, то можна заробити капітал з

невеликих витрат. Таким чином, вартість цифрової валюти перевищила вартість унції золота. Ціна за одну трійську унцію золота (близько 31,1 г) 1237 USD. Одною з причин такого ажіотажу послужило зростання спекулятивного інтересу до Bitcoin як засобу швидкого збагачення. Принцип роботи бірж криптовалют відповідає принципу роботи звичайних біржових платформ реальних грошей – вони заробляють за допомогою цінового спреда (різницею між цінами купівлі та продажу), або беруть комісію за обслуговування від 0 до 7% [3].

Віртуальна економіка тісно пов'язана з тіньовим ринком, оскільки дає широкі можливості для відмивання грошей. Ідентифікація власників віртуальних гаманців не є повною, а рахунок є номерним, що зводить прозорість транзакцій до мінімуму. На рисунку 2 схематично зображене місце криптовалюти в глобальній економіці.

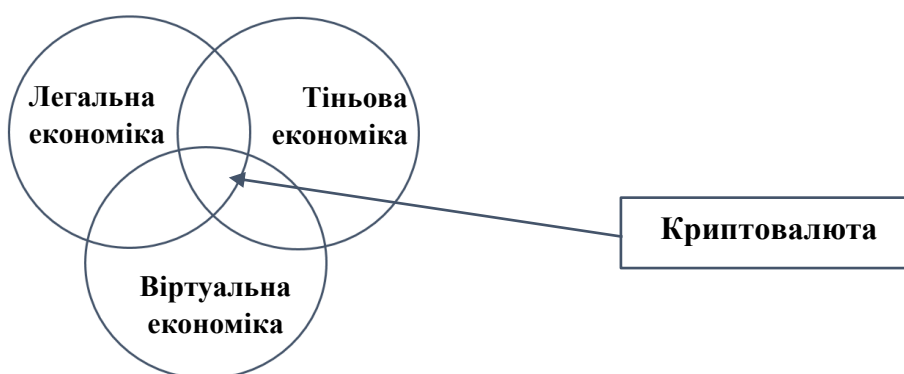


Рисунок 2 - Місце криптовалюти в глобальній економіці [3]

Таким чином, можна виділити ряд позитивних і негативних аспектів функціонування криптовалют за такими показниками як вартість валюти, можливість управління віртуальним гаманцем, прозорість, ліміти, волатильність, анонімність, надійність тощо (табл. 1). Варто також зазначити, що вартість комісії за здійснення фінансових операцій у криптовалюті досить низька, що робить її доступною у використанні. Досить важливим є аспект неможливості внесення криптовалюти до статутного капіталу юридичних осіб, оскільки невизначеність правового статусу криптовалюти не дозволяє використовувати її як актив [4].

Законність використання віртуальної валюти залежить від багатьох факторів, зокрема місця перебування суб'єкта здійснення операцій, можливості його ідентифікації та мети використання цієї валюти. Зважаючи на це, віртуальні валюти кидають суспільству глобальні виклики, чіткий контроль над якими кожна держава повинна встановити особисто, із залученням правоохоронних органів.

Високорозвинені країни прагнуть врегулювати електронні платежі, взявши їх під контроль держави, обклавши податками, та зменшити ризики в процесі її застосування. Держави зі слабкою економікою не готові до впровадження подібних платіжних систем. Тому більшість урядів вибрали лінію нейтралітету, уникаючи будь-яких рішень щодо віртуальної валюти. Прямі заборони щодо використання криптовалюти на сьогоднішній день встановлені в Болівії, Еквадорі, Таїланді і В'єтнамі [5].

Багато розвинених країн, в числі яких США, Японія, Китай, Канада дозволили обіг відповідної валюти, законодавчо закріпили чи підкріпили правовий режим, роз'яснили поняття Bitcoin та аналогів та сформулювали відповідну судову практику.

Таблиця 1

Позитивні і негативні аспекти функціонування криптовалют в світовій економіці

Позитивні аспекти	Негативні аспекти
Криптовалюта може використовуватися не лише як платіжний засіб, але і як інвестиційний інструмент.	Використання криптовалюти час від часу піддається хакерським атакам, що викликає недовіру у потенційних користувачів та не спонукає інвесторів вкладати значні кошти у цифрові активи.
Вартість криптовалют захищена від інфляції.	Висока вартість криптовалюти на сьогодні залежить перш за все від високого попиту та обмеженої пропозиції.
Користувачі самостійно керують власними рахунками.	Правоохоронним органам складно контролювати фінансові махінації з використанням криптовалют.
Фінансові операції з криптовалютою не є лімітованими.	Нелімітованість трансакцій дає широкі перспективи для відмивання грошей.
Значна волатильність криптовалют дає широкі можливості біржовим інвесторам для заробітку.	Спекулятивність ринку віртуальних валют підвищує їхні інвестиційні ризики.
Персональні дані власника електронного гаманця зберігаються в таємниці, що сприяє захищеності від крадіжки особистих даних.	Відсутність законодавчого регулювання статусу та обігу криптовалют.
Історія трансакцій є відкритою, тому якщо буде проведена фінансова махінація, у всіх користувачів буде доступ до даних трансакції.	Втрата паролю або доступу до електронного гаманця призведе до повної втрати криптовалюти.
Криптовалюту можна відправити та отримувати в будь-якій точці світу і у будь-який момент часу.	Криптовалюти використовують на чорному ринку або з метою ухилення від сплати податків.

Джерело: складено авторами на основі [3, 4]

В таблиці 2 роз'яснено державне регулювання криптовалюти у високорозвинених країнах, а також зазначено умови оподаткування операцій з криптовалютою.

Що стосується України, то перспектива легалізації криптовалюти все таки існує. Рішенням національного координаційного центру кібербезпеки було доручено відповідним органам влади створити робочу групу для напрацювання нормативно-правових пропозицій щодо регулювання цього питання, а саме: визначення державного регулятора та порядку функціонування ринку криптовалют, встановлення порядку проведення моніторингу трансакцій з використанням криптовалют, а також порядку оподаткування доходів від здійснення криптовалютних операцій відповідно до вимог законодавства України [4].

Станом на 2019 рік кількість криптовалют у світі становить 2369 одиниць. До найбільших за обсягом ринкової капіталізації відносяться такі криптовалюти як Bitcoin, Ethereum, Ripple, Litecoin, EOS та інші (табл. 3). Найбільший обсяг емісії криптовалюти Ripple (43 298 481 757 XRP), а найменший – Bitcoin (18 051 087 BTC).

Таблиця 2

Державне регулювання криптовалюти та її оподаткування в різних країнах світу

Країна	Державне регулювання та оподаткування
США	Криптовалюта розглядається одночасно як гроші, власність та біржові товари. На федеральному рівні деякі криптовалютні компанії повинні бути зареєстровані як оператори з переказування коштів у Мережі боротьби з фінансовими злочинами. На рівні штатів діяльність таких компаній підлягає ліцензуванню. Як власність цифрові гроші розглядаються з метою оподаткування. Операції з криптовалютою оподатковуються. Ставка федерального податку залежить від суми прибутку і становить 15%-35%.
Канада	Сплата за товари та послуги за допомогою цифрових грошей підлягає оподаткуванню як бартерна угода. Крім того, під час продажу криптовалюти стягується податок на доходи, податок на прибуток або податок на капітал.
Китай	Криптовалюта розглядається регулятором як товар. Оподаткування здійснюється відповідно до стандартів для товарів. Операції з криптовалютою оподатковуються податком на прибуток, податком з доходів і податком на приріст капіталу, а під час її продажу стягується ПДВ.
Японія	Оподатковуються прибутки не лише від продажу криптовалют, а також і від обміну однієї криптовалюти на іншу; ставки податку від 15% до 55% (якщо прибутки більше 40 мільйонів єн).
Сінгапур	Доходи від приросту вартості криптовалют не оподатковуються; прибутки від продажу криптовалют несінгапурським покупцям не оподатковуються; доходи від продажу товарів за криптовалюту відображаються за ринковою ціною товарів на дату продажу, як і витрати; постачання криптовалют розглядається як постачання послуг, яке підлягає оподаткуванню ПДВ.
Ізраїль	Криптовалюта розглядається як «актив», а доходи від її продажу класифікуються як доходи від капіталу; продаж криптовалют оподатковується податком на приріст капіталу за ставками 25% для фізичних осіб і 47% для юридичних; юридичні особи, що здійснюють реалізацію криптовалюти, оподатковують відповідні операції ПДВ у розмірі 17%, а фізичні особи, крім майнерів, від ПДВ звільнені;
Мальта	Ставка податку на прибуток визначена на рівні 35%, але є можливість повернути сплачений податок; загальна ставка ПДВ становить 18%; продаж криптовалют за грошові кошти не оподатковується ПДВ; придбання товарів за криптовалюти не оподатковується ПДВ для покупця, однак постачання товарів продавцем оподатковується.

Джерело: складено авторами на основі [5, 6]

Bitcoin не випускаються центральними банками і не залежать від кредитно-грошової політики тієї чи іншої держави. Емісія відбувається тільки в цифровому вигляді. Запланована емісія криптовалюти складає не більше, ніж 21 мільйон Bitcoin, тому загалом випускається все менше і менше монет [4].

Таблиця 3

Топ-10 криптовалют за капіталізацією ринку станом на 2019 рік

№	Валюта	Символ	Ринкова капіталізація	Ціна	Обсяг валюти
1	Bitcoin	BTC	\$154 091 136 024	\$8 536,39	18 051 087 BTC
2	Ethereum	ETH	\$19 911 189 986	\$183,38	108 577 253 ETH
3	Ripple	XRP	\$11 408 341 951	\$0,2634	43 298 481 757 XRP
4	Bitcoin Cash	BCH	\$4 841 044 150	\$267,22	18 116 275 BCH
5	Tether	USDT	\$4 136 147 883	\$1,01	4 108 044 456 USDT
6	Litecoin	LTC	\$3 717 376 409	\$58,36	63 692 721 LTC
7	EOS	EOS	\$3 165 890 740	\$3,37	940 436 941 EOS
8	Binance-Coin	BNB	\$3 152 310 001	\$20,27	155 536 713 BNB
9	Bitcoin SV	BSV	\$2 231 827 347	\$123,52	18 068 415 BSV
10	Stellar	XLM	\$1 445 362 577	\$0,0720	20 054 779 554 XLM

Джерело: складено авторами на основі [7]

Міжнародні компанії, які здійснюють фінансові операції з криптовалютою Bitcoin походять більше, ніж з 43 країн. На США припадає 55% всіх фінансових угод і операцій з Bitcoin, на Великобританію – 6% від загальної кількості угод, на Сінгапур – 3%, на Японію, Південну Корею та Китай – по 2%, на решту країн – 29% разом. Найбільші компанії світу, які не походять з США та здійснюють фінансові операції з криптовалютою Bitcoin, представлені на рис. 3 [8].

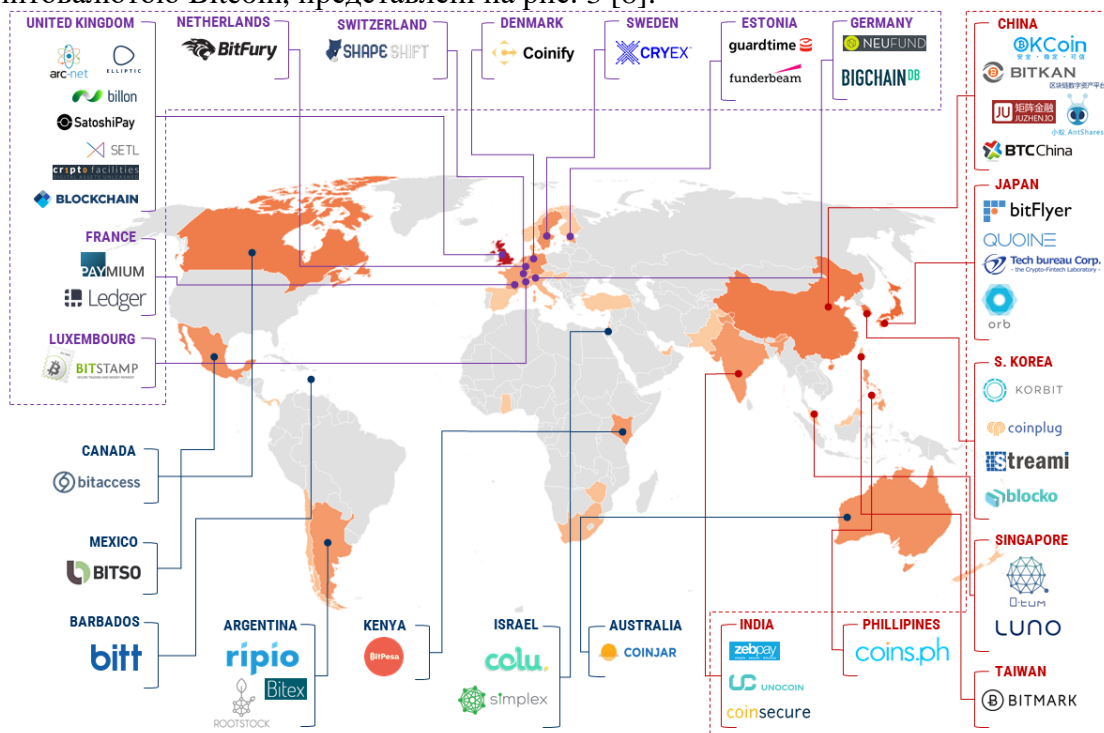


Рисунок 3 - Найбільші компанії світу, які не походять з США та здійснюють фінансові операції з криптовалютою Bitcoin [8]

Україна також проявляє зацікавленість до цифрових валют. Особливо це простежується з 2014 року, коли було створено громадську організацію, метою якої є поширення, розвиток та вивчення Bitcoin та інших віртуальних валют на території нашої держави – Bitcoin Foundation Ukraine (BFU). Це обумовлено рядом проблем в фінансовій

системі України, такими як: криза вітчизняної банківської системи, нестабільність гривні, мінливий курс валют та інші соціально-економічні труднощі, а також бажання фізичних та юридичних осіб використовувати інноваційні фінансові інструменти.

Перші українські компанії та агенції, що займалися криптовалютою, в основному пропонували фізичний обмін криптовалют за готівку, а також здійснювали грошові онлайн операції. Оскільки фізичні особи не стикалися з такого виду транзакціями до цього, здійснювати їх самостійно було ризиковано і технічно непросто. Тому подібного роду компанії взяли на себе роль своєрідного посередника, за що і отримують оплату у вигляді певних відсотків від загальної суми транзакції – подібно до звичайних банків [9].

На сьогодні, існують три біржі, де можна обміняти криптовалюту на гривні: Exmo (частка від всієї суми становить \$ 1,2 млн), Kupa (\$ 403 тис.) і BTC TRADE UA (\$ 232 тис.). Крім цього цим займаються 18 онлайн-обмінників і більш ніж 4 тисячі фізичних осіб в Україні. Офіційно ці компанії не зареєстровані як такі, що здійснюють цей вид діяльності через ризики та обмеження, пов'язані з юридичною не закріпленістю криптовалют [10].

Звісно, використання даних електронних грошей в Україні не можна порівняти з такими показниками, як у США, країнах Західної Європи чи Південно-Східної Азії [11]. Проте, в супереч тому, що широка громадськість ще і досі мало обізнана щодо різних криптовалют, в тому числі Bitcoin, в 2018 році Україна увійшла в топ-10 країн світу за кількістю користувачів криптовалютами. Це обумовлено популярністю використання Bitcoin серед українських ІТ-фахівців, які активно інвестують реальні гроші у віртуальну валюту [12].

Компанії в Україні, що приймають Bitcoin, зображено в табл.4. Нараховують 23 компанії і більшість - онлайн-магазини. За Bitcoin можна купити квитки на концерт, виставку, кіно, театр, цирк, дельфінарій, планетарій. Даний спосіб оплати став можливим з жовтня 2015 року [13].

Таблиця 4

Компанії в Україні, які приймають розрахунки у Bitcoin [11]

Сфера	Компанія	Вид діяльності
Продажі	Tix24	Інтернет-магазин товарів
	Digit	Інтернет -магазин техніки
	Омега-Клімат	Інтернет -магазин кліматичної техніки
	Asic Trade	Інтернет-магазин обладнання для майнінгу
	BeAngel	Інтернет -магазин нижньої білизни та купальників
	Rechi.ua	Інтернет -магазин одягу
Юристи	Juscutum	Юридичні послуги
	Ильяшев и Партнери	Юридичні послуги
	Михайлюк, Сороколат и Партнери	Реєстрація торгової марки
ІТ	RX-name	ІТ-послуги, хостинг
	Unihost	Хостинг, домени
Різне	Adventure Tours	Організація пригод по Україні
	Centro Hostel	Хостел
	Videofabrika	Творча студія
	Твоя Усмішка	Стоматологія
	Golden Corn	Перевезення агропродукції
	Еко Лавка	Продаж органічних продуктів
	ГЕК	Ріелторські послуги
	Актив Принт	Друкарня
	Sendflowers	Продаж квітів

Висновки. Отже, використання цифрової валюти може здійснюватись у двох формах: електронні гроші, які є цифровим відображенням реальних грошей, та криптовалюта, яка є віртуальною валютою та немає центрального емітента. При цьому оплата криптовалютою є новим, революційним способом здійснення платежів в електронній комерції.

Перша криптовалюта Bitcoin з'явилася після фінансової кризи 2008-2009 років на фоні зниження довіри до долара, масових банкрутств фінансових установ, втрат населенням своїх депозитних заощаджень, інфляції. Наразі існує понад 2000 різних криптовалют, найбільш поширеними з яких є Bitcoin, Ethereum, Ripple, з яких Bitcoin має найбільшу капіталізацію і найвищу ціну, а за запланованим обсягом валюти, яка випускається - Ripple.

Основними перевагами криптовалют є можливість використання як інвестиційного інструменту, захищеність від інфляції, відсутність контролю та обмежень фінансових операцій, анонімність, висока швидкість операції та низькі комісії порівняно з банками. Проте, також існують і недоліки: можливість хакерської атаки, висока вартість криптовалюти, нестабільність її курсу, складність законодавчого регулювання, можливість ухилення від сплати податків та фінансування злочинних груп, спекуляції на ринку віртуальних валют.

Попри всі переваги та недоліки криптовалюти її перспективи є неоднозначними. Міжнародна практика використання криптовалюти показала, що її державне регулювання та оподаткування в різних країнах світу відрізняється. Високорозвинені країни впроваджують регулювання та контроль за електронними платежами, обкладають їх податками. Країни з більш слабкою економікою не готові до використання подібних платіжних систем. Тому вони обирають нейтралітет, уникають прийняття рішень у сфері віртуальної валюти, або взагалі її забороняють, як в Болівії, Еквадорі, Таїланді і В'єтнамі. Україна в цьому питанні залишається на стадії розгляду, проте існують перспективи легалізації криптовалюти.

Міжнародні компанії, які використовують криптовалюти знаходяться більш, ніж в 43 країнах, половина з яких походить з США. В Україні з 2014 року також активно розвивається використання даної валюти, що дозволило увійти в топ-10 країн світу за кількістю користувачів криптовалютами. Їх можна обміняти на гривні на трьох біржах та онлайн-обмінниках. Наразі існує 23 компанії, які приймають Bitcoin в Україні. Отже, за умови удосконалення технології, законодавчого регулювання та покращення інфраструктури є всі можливості, що криптовалюта – як альтернативний фінансовий інструмент займе важливе місце в повсякденному житті людей в усьому світі і в Україні зокрема.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Blockchain Luxembourg S.A. URL: <https://www.blockchain.com/prices>.
2. Buy Bitcoin Worldwide. URL: <https://www.buybitcoinworldwide.com/price>.
3. Семеген І. Б., Дребот Н. П. Місце і роль криптовалюти у світовій економіці. *Економіка та управління національним господарством*. 2018. Вип. 2. С. 36–39.
4. Москальов А. А., Попова Е. М. Криптовалюта на сучасній економічній арені та перспективи розвитку bitcoin, ethereum, ripple. *Молодий вчений*. 2018. №3. С. 680–684.
5. Урбанович В. А., Яковишина Н. А. Криптовалюта в Україні та в світі: стан, регулювання і перспективи розвитку. *Молодий вчений*. 2018. № 5 (1). С. 334-337.
6. Зозуля Н. Криптовалюта в Україні та світі: регулювання, правовий статус та оподаткування. *Українське право*. 2018. URL: <https://ukrainepravo.com/scientific->

thought/legal_analyst/kryptovalyuta-v-ukrayini-ta-sviti-regulyuvannya-pravovyy-status-ta-opodatkuvannya.

7. Top 10 Cryptocurrencies by Market Capitalization. CoinMarketCap. 2019. URL: <https://coinmarketcap.com>.
8. Global Ledger: Mapping Bitcoin & Blockchain Startups Around The World. CB INSIGHTS. URL: <https://www.cbinsights.com/research/bitcoin-blockchain-startup-global-map>.
9. Васильчак С. В., Куницька-Ляш М. В., Дубина М. П. Використання криптовалют в сучасних економічних системах України: перспективи та ризики. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. Серія: Економічні науки*. 2017. Т. 19, № 76. С. 19-25.
10. Україна – у топ-10 країн за кількістю користувачів крипто валютами. URL: https://galinfo.com.ua/news/ukraina__u_top10_krain_za_kilkistyu_korystuvachiv_kryptovalyutamy_288287.html.
11. Жувагіна І. О., Замарайкін О. В., Будна Т. С. Bitcoin: українські реалії використання криптовалют в сучасних економічних системах. *Економіка та держава*. 2018. № 6. С. 97-100.
12. Где потратить биткоин в Украине. Минфин. URL: <https://minfin.com.ua/2017/11/22/31073133/>
13. Мейш А. В., Гавриш Р. О. Криптовалюта bitcoin як можлива світова валюта. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 5(1). С. 254-257.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.6

УДК 339.548

Яценко О.М., доктор економічних наук, професор, Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана

Ускова Д.С., магістр, Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана

МІЖДЕРЖАВНІ ТОРГОВЕЛЬНІ СУПЕРЕЧКИ ЯК ВИЯВЛЕННЯ ПОЛІТИКИ ПРОТЕКЦІОНІЗМУ

Досліджено особливості сучасних міждержавних торговельних суперечок та їх суб'єктно-об'єктну характеристику. Акцентовано увагу на домінуванні й виявленні політики протекціонізму у процесі реалізації політики захисту національних ринків товарів, послуг, об'єктів інтелектуальної власності від іноземної конкуренції та визначено форми прояву непротекціоністських дій. Здійснено кількісну та якісну оцінку торговельних суперечок країн в рамках СОТ; зокрема проаналізовано основні інструменти найактивніших країн-учасниць в якості позивача та відповідача. Визначено, що найбільше конфліктів відбулось між США та ЄС, США та Китаєм, між Китаєм та ЄС. Систематизовано методи й інструменти введення торговельних конфліктів між вищевказаними країнами, серед яких прямий та прихований протекціонізм, нав'язування власних стандартів, зловживання дозволеними СОТ антидемпінговими засобами, обмеження експорту, зловживання фітосанітарними нормами. Проаналізовано основні детермінанти найгучнішого торговельного конфлікту ХХІ століття – між США та Китаєм, щодо ввезення сталю та алюмінію в Сполучені Штати. Вивчено причини виникнення конфронтації, хронологічна послідовність дій урядів країн, аналізовано можливі результати конфлікту. Зроблені висновки, що наслідки торговельних суперечок мають велику ймовірність спричинити погіршення рівня добробуту людей по всьому світу.

Ключові слова: міжнародна торгівля, торговельна суперечка, міжнародний торговельний конфлікт, Світова Організація Торгівлі, ГАТТ, торговельна політика, імпорт, експорт, Орган вирішення спорів, позивач, відповідач.

Табл. – 1, Літ. – 18.

Яценко О. Н., Ускова Д. С.

МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫЕ ТОРГОВЫЕ СПОРЫ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ПОЛИТИКИ ПРОТЕКЦИОНИЗМА

Исследованы особенности современных межгосударственных торговых споров и их субъектно-объектную характеристику. Акцентируется внимание на доминировании и выявлении политики протекционизма в процессе реализации политики защиты национальных рынков товаров, услуг, объектов интеллектуальной собственности от иностранной конкуренции и определены формы проявления непротекционистских действий. Осуществлено количественную и качественную оценку торговых споров стран в рамках ВТО; в частности проанализированы основные инструменты активных стран-участниц в качестве истца и ответчика. Определено, что больше всего конфликтов состоялось между США и ЕС, США и Китаем, между Китаем и ЕС. Систематизированы методы и инструменты ввода торговых конфликтов между вышеуказанными странами, среди которых прямой и скрытый протекционизм, навязывание собственных стандартов, злоупотребление разрешенными ВТО антидемпинговыми средствами, ограничение экспорта, злоупотребление фитосанитарными нормами. Проанализированы основные детерминанты громкого торгового конфликта ХХІ века - между США и Китаем, по ввозу

стали и алюминия в Соединенные Штаты Америки. Изучены причины возникновения конфронтации, хронологическая последовательность действий правительств стран, Проанализированы возможные результаты конфликта. Сделаны выводы, что последствия торговых споров имеют большую вероятность вызвать ухудшение уровня благосостояния людей по всему миру.

Ключевые слова: международная торговля, торговая спор, международный торговый конфликт, Всемирная Торговая Организация, ГАТТ, торговая политика, импорт, экспорт, Орган разрешения споров, истец, ответчик.

Yatsenko O., Uskova D.

INTERSTATE TRADE DISPUTES AS A MANIFESTATION OF PROTECTIONISM POLICY

The features of modern interstate trade disputes and their subject-object characteristics are investigated. The emphasis is placed on the domination and identification of protectionist policies in the process of implementing the policy of protecting national markets for goods, services, intellectual property objects from foreign competition, and forms of manifestation of non-protectionist actions are defined. Quantitative and qualitative assessment of WTO trade disputes has been carried out; in particular, the basic tools of the most active Member States as a plaintiff and defendant are analyzed. It was determined that the most conflicts occurred between the US and the EU, the US and China, between China and the EU. Methods and instruments for introducing trade conflicts between the above-mentioned countries are systematized, including direct and covert protectionism, imposing their own standards, abuse of WTO anti-dumping measures, export restrictions, and abuse of phytosanitary standards. The main determinants of the most violent 21st century trade conflict between the United States and China regarding the import of steel and aluminum into the United States are analyzed. The causes of the confrontation, the chronological sequence of actions of the governments of the countries are studied, the possible results of the conflict are analyzed. It has been concluded that the effects of trade disputes are likely to cause a deterioration in the well-being of people around the world.

Keywords: international trade, trade dispute, international trade conflict, World Trade Organization, GATT, trade policy, import, export, Dispute Settlement Body, complainant, respondent.

Вступ та постановка проблеми. Зміна позицій країн на світовому ринку, зростання значимості міжнародної торгівлі та трансформація структури ринку торговельної продукції, послуг та об'єктів інтелектуальної власності, прагнення країн підтримувати конкурентоспроможність власних товаровиробників актуалізують проблему торговельно-економічних відносин між країнами. Міжнародна торгівля є невід'ємною частиною міжнародних економічних відносин та може реалізовуватися посередництвом торговельного обміну, як засіб політичного та економічного тиску країн. У випадку, коли одна держава оцінює економічну політику іншої держави як несприятливу і вживає відповідних заходів – розпочинається торговельна суперечка, а згодом й війна. Однією з детермінантів сучасної міжнародної торгівлі є торговельні суперечки. Протягом останніх років у світі нараховується близько десяти торговельних війн та ще більше торговельних конфліктів і суперечок. З огляду на актуальність даного питання, інтерес представляє дослідження методів ведення торговельних суперечок, їх можливі наслідки та інструменти протистояння.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дане питання досліджували Лук'яненко Д., Циганкова Т., Шнипко О., Серпухов М., Капітоненко М., Кременюк В., Панова В., Рачинський М., Хомяков В., Шаров О., Перкінс Дж., Мансфілд Е., Поллінс Б., Смбалян А. та інші. Методи ведення торговельних війн розглядали такі вчені, як Гордєєва Т., Пуригіна О., Духневич А., наслідки торговельних війн були проаналізовані Золотарьовим В., Бялим Ю., Скобою Л., Джонсоном М.

Системний аналіз процесів міжнародних торговельних суперечок є важливим і своєчасним як з теоретичної, так і з практичної точок зору. Врегулювання торговельних суперечок в рамках СОТ між країнами-членами ускладнюється в результаті того, що країни вдаються до протекціоністських дій. Представляє інтерес дослідження інструментів та суб'єктно-об'єктної характеристики сучасних міждержавних торговельних суперечок. Саме це зумовило логіку і мету дослідження.

Метою статті є дослідження особливостей, суб'єктно-об'єктної характеристики та інструментів реалізації сучасних міждержавних торговельних суперечок в умовах посилення політики протекціонізму.

Результати дослідження. У процесі трансформації державної політики захисту національних ринків товарів, послуг, об'єктів інтелектуальної власності від іноземної конкуренції, протекціонізм перетворилася з базованого захисту на впровадженні тарифних обмежень, а пізніше і нетарифних інструментів, у складний комплексний державний механізм підвищення конкурентоспроможності національної економіки, що означається неопротекціонізмом. До його основних характеристик належать обмеження на міжнародну торгівлю, що вводяться країнами крім традиційних форм обмеження небажаного імпорту товарів. До основних форм його прояву відносять такі: переважання його наступального характеру з яскраво вираженими агресивними експансіоністськими рисами; поява «колективного макрорегіонального протекціонізму» сучасних інтеграційних союзів; розширення арсеналу інструментів за рахунок використання порівняно нових, тих, які важче піддаються міжнародному регулюванню. Термін «неопротекціонізм» трактується як встановлення адміністративних, фінансових, кредитних, технічних та інших бар'єрів, які значно ускладнюють вільне пересування товарів через кордони держав [1]. До ускладнень відносять наступне: фіто-санітарні стандарти і вимоги, пов'язані із захистом життя і здоров'я населення, обмеження експорту, експортне кредитування. Наприклад, використовуючи тиск, який полягав у відмові надання пільг відповідно до генеральної системи преференцій, якими користувались Південна Корея, Сінгапур, Тайвань та Гонконг, США домоглися від вищезазначених держав «добровільного» обмеження експорту в розвинуті країни та відновлення своїх конкурентних позицій на міжнародному ринку.

За історію існування міжнародної торгівлі відбулась велика кількість торговельних суперечок. Лише за період з 1995 р. – по теперішній час 2019 р. в СОТ було розглянуто 582 суперечки між країнами-членами. Найактивнішим учасником міжнародних торговельних суперечок в рамках СОТ виступає США із загальною кількістю у 282 справи (125 рази у якості позивача та 157 – у якості відповідача). Після США в рейтингу найбільшої кількості суперечок виступає ЄС: 102 та 81 відповідно. Наступною в рейтингу стрімко розвиваюча країна в міжнародній торгівлі – Китай, який частіше виступає в якості відповідача (54 рази), ніж в якості позивача (32 рази) [2].

Найбільше конфліктів відбулось між США та ЄС, США та Китаєм. Такі конфлікти у літературі отримали визначення трансатлантичних. Аналіз офіційних даних в СОТ стосовно причин та методів застосування протекціоністських заходів згаданих

країн наведені в таблиці 1 і дають підстави визначити мотиви у кожному протистоянні між конкретними країнами чи регіоном.

Таблиця 1

ТОП-3 учасники торговельних суперечок та їх інструменти

Учасники	Інструменти
США - ЄС	Прихований протекціонізм*
	Нав'язування власних стандартів
	Надмірне використання дозволених СОТ антидемпінгових засобів
	Порушення правил режиму найбільшого сприяння
США - Китай	Обмеження експорту
	Нелегальний експорт (контрабанда, контрафакти)
	Штучне завищення курсу юаня
Китай - ЄС	Нав'язування власних стандартів
	Маніпуляції тарифами на експорт

* використання державою інституційних обмежень методами внутрішньої економічної політики без формального порушення міжнародних зобов'язань щодо інших країн. Часто підтримкою такої політики є відстоювання власних геополітичних та соціально-економічних інтересів [3, с. 23-27].

Джерело: систематизовано авторами на основі джерела [2].

Останні 2018 – 2019 рр. ознаменувалися новою хвилею протекціонізму в міжнародній торгівлі. Уряд США запровадив 25% мито на імпорт продукції зі сталі та 10% ввізне мито на імпорт продукції з алюмінію від 8 березня 2018 р. Ці обмежувальні заходи були застосовані на підставі Секції 232 Закону про розширення торгівлі 1962 р. (з відповідними змінами) [4], яка надає право Президенту США обмежувати імпорт певного товару та його похідних, якщо вони імпортуються у такій кількості та за таких обставин, що створюють загрозу заподіяння шкоди національній безпеці США. Дане рішення було ухвалено Президентом США Д. Трампом за рекомендацією Торгового секретаря США [5, с. 623-624]. Президент акцентував увагу на тому, що інші країни наповнюють США величезною кількістю сталі, що призводить до кризи американської сталеливарної промисловості. Однак, експерти стверджують, що нові тарифи не зможуть захистити американські робочі місця і спровокують підвищення цін для споживачів. В Азії новина з США вже призвела до падіння ціни акцій. Японський індекс Nikkei 225 вранці втратив більше 2%. Акції японського автомобілебудівного гіганта Toyota впали більш ніж на 2%, а акції Nippon Steel знизилися більш ніж на 4% [6].

Президент США доручив провести розслідування в сталеливарній галузі в квітні 2018 року відповідно до положень закону в 1962 році, який дає Білому дому право обмежити імпорт в разі загрози національній безпеці. Доповідь Міністерства торгівлі встановила, що імпорт шкодив американській металургійній та алюмінієвій промисловості, і це може вплинути на оборонну промисловість, повідомляє The Washington Post [7].

До десяти найбільших держав-експортерів сталі в США належать Канада, Бразилія, Південна Корея, Мексика, Росія, Туреччина, Японія, Німеччина, Тайвань та, звичайно, Китай. Продукція з цих держав разом становить 77% обсягу всього імпорту сталі США.

Вищевказані держави відповіли колективним позовом на призначення консультацій з даного питання до Світової організації торгівлі. США «кинули виклик» усьому світу. У відповідь уряд Китаю офіційно ініціював торговельний спір у СОТ проти

США (DS544: United States – Certain Measures on Steel and Aluminium Products) [8]. Китай стверджує, що за своєю природою заходи США є нічим іншим як спеціальними заходами, застосування яких регулюється положеннями Угоди СОТ про спеціальні заходи. Станом на кінець травня 2018 року запит про приєднання до консультацій між сторонами спору подали Індія, Таїланд, Росія, Європейський Союз і Гонконг. Рішуче були налаштовані Японія та Росія, які повідомили Раду з торгівлі товарами СОТ про те, що резервують своє право на застосування контрзаходів проти США у відповідності зі ст. 8.2 Угоди СОТ про захисні заходи [9].

Необхідно зазначити, що уряд Китаю у відповідь застосував односторонні обмежувальні заходи, запровадивши додаткові імпорتنі мита на основні товарні групи, що експортуються зі США в Китай. Згідно з обґрунтуваннями, можна вважати, що для Китаю відповідна торговельна політика США стала можливістю використати законні методи протекціонізму згідно з правом СОТ для того, щоб «вдарити» по важливих експортоорієнтованих секторах США. Ст. 8.1 Угоди про захисні заходи дозволяє державам-експортерам, на продукцію яких поширюються спеціальні заходи, призупинити відповідні торговельні домовленості, якщо сторони не змогли в результаті консультацій домовитися щодо адекватних заходів компенсації [9]. Цим правом скористався Китай, який запровадив додаткове імпорتنе мито на 128 товарних позицій походженням зі США: у розмірі 25% – на свинину та металобрухт алюмінію, у розмірі 15% – на вино, сталеву трубну продукцію для використання у нафтогазовій сфері, а також на різні види фруктів і горіхів, включаючи яблука, волоський горіх та виноград. Загальна вартість експортних товарів США, на які поширюються додаткові заходи Китаю, за відкритими джерелами, становить 3 млрд доларів США [10].

Політична кон'юнктура торговельних відносин між Адміністрацією Сі Цзіньпін та Адміністрацією Д. Трампа ускладнюється тим, що нещодавно Китай ініціював ще один спір у СОТ проти США. Мова йде про обмежувальні заходи щодо імпорту китайських технологій та промислових товарів до США, запроваджених 22.03.2018 р. на підставі Секції 301-310 Закону США про торгівлю 1974 р. [11] Одним з учасників торговельно-економічної суперечки є Канада, котра, на відміну від Китаю, веде подвійну гру. Канада є одним з основних торговельних партнерів США. На імпорт сусідньої країни припадає 17% сталі та близько 9% імпорту алюмінію до США. Необхідно додати, що США і Канада мають невирішені питання у сфері сільського господарства, навколишнього середовища та прикордонного контролю. Також одним із найпроблемніших питань залишається пропозиція США щодо нових правил вільного потоку комерційних товарів по всій Північній Америці у межах USMCA (оновлена Північноамериканська угода щодо вільної торгівлі НАФТА від листопада 2018 р.) [12]. Цілком ймовірно, що тут Президент Трамп розраховував на підтримку Канади у напружених переговорах із Мексикою. У цьому контексті тимчасове звільнення канадського імпорту сталі та алюмінію від імпорتنих мит є продуманим кроком з боку Адміністрації Президента США. Щоправда, дія винятків для Мексики, Канади та ЄС закінчилась ще 01. 06. 18 р., але під час переговорного процесу перегляду Договору, троє країн все ж таки його підписали [13].

Канада залишається головним експортером сталі та алюмінію в США. Можливість уникнути торговельних обмежень може перетворити Канаду в союзника США щодо низки питань, а це може ускладнити відносини Канади з Китаєм. Виходячи з економічних показників, Китай залишається другим за значенням торговельним партнером для Канади. Зараз Канаді доводиться грати подвійну гру, з одного боку – союзника США, а з другого – надійного ділового партнера Китаю.

В Європейському Союзі стурбовані не так скороченням обсягів імпорту їхньої продукції зі сталі та алюмінію до США, як тим, що нові захисні заходи Адміністрації Трампа призведуть до переорієнтації поставок провідних виробників та експортерів відповідної продукції з ринку США на інші ринки (в тому числі на ринок ЄС). Брюссель переконаний, що це призведе до перевищення пропозиції над попитом та падіння цін на вказану продукцію на відповідних ринках. Окрім того, продукція зі сталі та алюмінію, яка виробляється в ЄС та експортувалась до США, залишатиметься на внутрішньому ринку, що викличе надлишок виробництва. Тож Європейський союз реагує твердо і пропорційно з метою захисту своїх інтересів [14].

З огляду на це Європейська Комісія ініціювала спеціальне розслідування стосовно деяких видів сталевих продукції, незалежно від країн походження, про що ЄС повідомив Комітет СОТ зі спеціальних заходів. До переліку входить близько 300 товарних позицій, що покривають майже весь асортимент прокату і труб, окрім напівфабрикатів. Як заявляє Комісія, розслідування зачіпає всю продукцію, що зазначена у списку, незалежно від країни походження. Процедура завершилась введенням захисних мит або квот, які повинні захищати європейських виробників від надмірного імпорту. Європейська Комісія з великою ймовірністю може ініціювати аналогічне розслідування щодо прокату з алюмінію [15]. За прикладом ЄС спеціальне розслідування щодо імпорту сталевих продукції ініціювала Туреччина.

Варто зазначити, що ЄС не має наміру псувати свої торговельно-економічні відносини з Китаєм. Однак США, здійснюючи тиск на ЄС через загрозу введення відповідних мит, намагається спонукати Євросоюз підтримати США у торговельній війні проти Китаю. Така підтримка може проявлятися, наприклад, у поданні спільних скарг проти Китаю в межах СОТ. Натомість ЄС поки що демонструє інші наміри, подавши заявку про приєднання до консультацій у межах нещодавно розпочатого Китаєм спору в СОТ проти США.

Вашингтон запровадив нові мита на низку китайських товарів, річний обсяг імпорту яких становить близько 34 мільярдів доларів. Ці мита поширюються на 818 найменувань китайських товарів, серед яких автомобілі, елементи конструкцій літаків та жорсткі диски. Мита зросли через відсутність прогресу в торговельних переговорах між Вашингтоном та Пекіном, повідомив Дональд Трамп, а також з причини «нечесних торговельних практик» з боку Китаю, зокрема, крадіжку інтелектуальної власності [16].

Але існує експертна думка, ніби Президент США ігнорує правила міжнародної системи торгівлі, розроблені СОТ і які є єдиними для всіх. Але сам Уряд країни вважає, що не порушує правила СОТ, акцентуючи увагу на 21 статті Генеральної угоди з торгівлі та тарифів, котра дозволяє вводити мита на ввезення з міркувань національної безпеки. Однак більшість експертів та політичних діячів вважають, що введення мит президент США розглядає як засіб тиску на важливих торговельних партнерів Америки з метою примусити їх піти на поступки [17].

За оцінками авторів, мита, запроваджені Вашингтоном та Пекіном, можуть знизити зростання світової економіки у 2020 році, зменшити світовий обсяг торгівлі і призвести до падіння світового ВВП. Наслідки цих та інших торговельних суперечок підривають не лише національну економіку, але й світову, вони суттєво знижують рівень добробуту людей по всьому світу.

СОТ вбачає ризик у тому, що члени цієї міжнародної організації все частіше зловживатимуть винятками з міркувань безпеки, щоб виправдати свої торговельні обмеження. Генеральний директор СОТ Роберто Азеведо з цього приводу заявив, що національна безпека – не те питання, яке можна врегулювати у процесі спору: «Країнам

краще вирішувати свої проблеми національної безпеки на політичному рівні, ніж випробувати межі системи СОТ». При цьому ст. 21 є неодмінною частиною Генеральної угоди з тарифів і торгівлі 1994 р. та рано чи пізно може бути застосована стороною-відповідачем у спорі. Тоді система врегулювання спорів СОТ опиниться перед нелегким завданням тлумачення ст. 21 [18, с. 323–328]. США вже намагалася використати це положення у давніх спорах, які розглядалися ще до створення СОТ у системі права ГАТТ 1947 р. Однак поки що невідомо, чи наважиться на такий крок Адміністрація Трампа у спорі з Китаєм.

Висновки. Обґрунтовано форми протекціоністських методів та інструментів ведення торговельної політики країн, що зумовлюють виникнення та/або динамізацію конфронтації у торговельно-економічних відносинах країн на світових ринках товарів, послуг, об'єктів інтелектуальної власності. З'ясовано, що лише протягом 1995-2019 рр. в СОТ було розглянуто 582 торговельні суперечки між країнами-членами.

Зазначається, що країни вдаються до протекціоністських дій і, наприкладі торговельних конфліктів між країнами США, Китаєм та ЄС, проаналізовано та виявлено найбільш застосовані інструменти, серед яких прямий та прихований протекціонізм, нав'язування власних стандартів, зловживання дозволеними СОТ антидемпінговими засобами, обмеження експорту, зловживання фітосанітарними нормами.

Досліджено суб'єктно-об'єктну характеристику й особливості сучасних міждержавних торговельних суперечок в рамках СОТ. Найбільше конфліктів відбулось між США та ЄС, США та Китаєм, такі конфлікти отримали визначення трансатлантичних. Найактивнішим учасником міжнародних торговельних суперечок в рамках СОТ виступає США (282 справи), наступними в рейтингу слідує країни ЄС (183), замикає трійку лідерів Китай (86), який частіше виступає в якості відповідача. На прикладі найгучнішого конфлікту ХХІ століття, між США та Китаєм, визначено основопричини його утворення, виявлено наслідки утвореного конфлікту.

Акцентовано увагу на тому, що з розвитком міжнародної торгівлі зростає ескалація конфліктів, котрі призводять до суттєвих економічних і торговельних втрат її учасниками та ускладненням міждержавних відносин. Виявлено, що наслідки торговельних суперечок можуть мати велику ймовірність спричинити погіршення рівня добробуту людей у всьому світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Келічавий А. В. Політика протекціонізму як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки. Ефективна економіка. 2014. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3133>.
2. Перелік торговельних конфліктів в рамках СОТ у період з 1995 р. по теперішній час 2019 р.: URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/dispu_settl_1995_2018_e.pdf.
3. Серпухов М. Прихований протекціонізм як інструмент сучасної міжнародної торговельної політики. *Економіка розвитку*. 2013. № 4 (68). С. 23-27.
4. Fixing America's Broken Trade Laws: Section 232 of the Trade Expansion Act of 1962: USA, May 22 2019. URL: <https://www.heritage.org/trade/report/fixing-americas-broken-trade-laws-section-232-the-trade-expansion-act-1962>.
5. Ісаханова Н., Кривецька О.. Торговельні обмеження США проти імпорту сталі та алюмінію: реакція світу. *Всеукраїнське щотижневє юридичне видання «Юридична Газета Online»*. 31 травня 2018 р. №21-22, с.623-624.
6. BBC News. US steel and aluminium imports face big tariffs, Trump says: USA, March 1, 2018. URL: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-43249614>.

7. The Washington Post. 3 ways Trump's steel and aluminum tariffs could backfire: USA, 2018. URL: <https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2018/03/01/3-ways-trumps-steel-and-aluminum-tariffs-could-backfire>.
8. WTO official site. DS544: UnitedStates – Certain Measures on Steel and Aluminium Products. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/ds532_e.htm.
9. WTO official site. Угода про захисні заходи СОТ. Ст. 8.1. С. 276. https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/25-safeg.pdf.
10. ABC News. China impose new tariffs on US meat, wine and fruit in retaliation for Donald Trump's steel taxes: USA, April 2, 2018. URL: <https://www.abc.net.au/news/2018-04-02/china-imposing-new-tariffs-on-us-meat-fruit/9609786>.
11. World Trade Organization. Report on G20 Trade Measures. 2019. URL: https://www.wto.org/english/news_e/news19_e.
12. USA Today. 'NAFTA lite': Trump and Democrats' trade deal is similar to pact president mocked as 'worst ever': USA, December 11, 2019. URL: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/2019/12/11/usmca-trade-deal-mexico-canada-strikingly-similar-nafta/2635063001>.
13. USA Today. U.S., Mexico and Canada ink new trade agreement, but final ratification remains big hurdle: USA, November, 13, 2018. URL: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/2018/11/30/trade-u-s-mexico-and-canada-sign-revised-trade-agreement/2151060002>.
14. European Commission. EU adopts rebalancing measures in reaction to US steel and aluminium tariffs: EU, June 20, 2018. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_4220.
15. KPMG. EU reaction to U.S. tariffs on steel and aluminum: EU, May, 13, 2018. URL: <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2018/05/tnf-eu-reaction-to-us-tariffs-on-steel-and-aluminum.html>
16. Кореновська С. Made for minds. Китай заявив про початок найбільшої торговельної війни. 2018. URL: <https://p.dw.com/p/30v4i>.
17. Нік Мартін. Made for minds. Трамп проти всіх: коли торговельний конфлікт стане торговельною війною? 2018. URL: <https://p.dw.com/p/30vj3>.
18. Irwin, Douglas A. «The GATT in Historical Perspective». American Economic Review. Vol. 85, No. 2, pp. 323–328. URL: <https://www.jstor.org/stable/2117941?seq=1>.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.7

УДК 37.013.74

Ахновська І.О., к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса

ВІДКРИТА ТА НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА: КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ

У статті представлені результати порівняльного аналізу відкритої та неформальної освіти. Метою статті є дослідження та узагальнення теоретичних підходів до визначення понять «неформальна освіта» та «відкрита освіта». Проаналізовано наукові публікації вітчизняних та зарубіжних вчених. Доведено, що ці поняття трактуються українською науковою спільнотою по-різному. Відображено історичні передумови появи відкритої освіти та виокремлено етапи її становлення. У статті проаналізовано істотні характеристики відкритої освіти. Розкрито причини, що вплинули на процес розвитку відкритої освіти. Визначено тенденції відкритої освіти в сучасних умовах. Зазначено, що відкрита освіта є невід'ємною складовою інформатизації суспільства. Крім того, здійснено узагальнення наукової літератури для порівняння позиції вчених щодо сутності поняття «неформальна освіта», яка є важливою частиною концепції «навчання протягом усього життя». Тим самим воно привертає увагу іноземних організацій, міжнародних та вітчизняних вчених. Визначення неформальної освіти означає процес індивідуального набуття знань і вмінь поза формальною освітньою системою. Також визначено, що неформальна освіта має деякі особливості - вона організовується, планується, підтримується і, як правило, не кваліфікується. У статті реалізовано синтез наукової літератури щодо поняття «неформальна освіта», досліджено генезис використання цього поняття, висвітлено основні тенденції неформальної освіти, а також проблеми розвитку неформальної освіти. Слід зазначити, що розвиток неформальної освіти тісно пов'язаний з інноваційною моделлю формування суспільства. Подальше дослідження та розвиток відкритої та неформальної освіти, а також їх інтеграція до формальної освіти дозволять Україні підвищити ефективність національної економіки в умовах переходу до економіки знань. Методи дослідження: аналіз, синтез, узагальнення і систематизація науково-теоретичних положень.

Ключові слова: відкрита освіта, неформальна освіта, компаративний аналіз, економіка знань, техноглобалізм.

Табл. - 4, Літ. - 27.

Ахновская И.А.

ОТКРЫТОЕ И НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ

В статье представлены результаты компаративного анализа открытого и неформального образования. Целью статьи является исследование и обобщение теоретических подходов к определению понятий «неформальное образование» и «открытое образование». Проанализированы научные публикации отечественных и зарубежных исследователей, доказано, что эти понятия трактуются украинскими учёными по-разному. Рассмотрены исторические предпосылки появления открытого образования, выделены этапы его становления. Проанализированы характерные особенности открытого образования. Выявлены причины, влияющие на развитие открытого образования. Определены тенденции открытого образования в современных условиях. Определено, что открытое образование является неотъемлемой частью информатизации общества. Кроме того, в статье осуществлено обобщение научной

литературы для сравнения позиции ученых относительно содержания понятия «неформальное образование», которое является важнейшей составляющей концепции «непрерывное обучение». Тем самым оно привлекает внимание иностранных организаций, международных и отечественных учёных. Определение неформального образования означает процесс индивидуального приобретения знаний и умений вне формальной образовательной системы. Также определено, что неформальное образование имеет определённые особенности – оно организовывается, планируется, поддерживается и, как правило, не предполагает получение документа. В статье реализован синтез научной литературы относительно понятия «неформальное образование», исследован генезис использования данного понятия, выделены основные тенденции организации неформального образования, а также проблемы его развития. Следует отметить, что развитие неформального образования тесно связано с инновационной моделью формирования общества. Дальнейшее исследование и развитие открытого и неформального образования, а также их интеграция в формальное образование позволят Украине повысить эффективность национальной экономики в условиях перехода к экономике знаний. Методы исследования: анализ, синтез, обобщение и систематизация научно-теоретических положений.

Ключевые слова: открытое образование, неформальное образование, компаративный анализ, экономика знаний, техноглобализм.

Akhnovska I.

OPEN AND NON-FORMAL EDUCATION: COMPARATIVE ANALYSIS

The article presents results of a comparative analysis of open and non-formal education. The aim of article is the researching and generalization of theoretical approaches to the definitions of “non-formal education” and “open education”. The scientific publications of native and foreign researchers are analyzed. Proved, that the notions are treated by Ukrainian scientists differently. The historical background of the emergence of the category of "open education" is reflected. The paper analyzes the essential characteristics of open education. The article discovers the reasons that influenced the process of development of open education. The paper determines tendencies of open education in present conditions. In the publication is determined that open education is an integral part of the informational society. Non-formal education is an important part of “life-long learning” concept. Thereby it attracts attention of international organizations, international and domestic scientists. Non-formal education definition means the process of individual acquiring of knowledge and skills out of formal educational system. Non-formal education has some specific features – it is organized, planned, supported and as a rule doesn't qualify. In article the synthesis of scientific literature on the concept of "non-formal education" is implemented, the genesis of the use of this concept is investigated, the main trends of informal education are highlighted, the main problems of the development of non-formal education are outlined. It should be noted that non-formal education development is closely connected with innovational model of society development forming. Further investigation and development of open and non-formal education as well as their integration in formal education will allow Ukraine the opportunity to increase the efficiency of national economy under conditions to innovational model development transfer. Research methods: analysis, synthesis, generalization and systematization of scientific and theoretical provisions.

Key words: open education, non-formal education, comparative analysis, knowledge economy, technoglobalism.

Постановка проблеми. У сучасних умовах переходу до економіки знань перед нашою країною постає низка проблем, зокрема – взаємодії формальної та неформальної освіти. Сутність неформальної освіти визначено в українському законодавстві, але щодо відкритої освіти не існує чіткої трактовки, дехто ототожнює її з неформальною, дехто – з дистанційною. За даними Міністерства соціальної політики, на постійній основі за межами України працює 3,2 млн. громадян, на тимчасовій основі – від 7 до 9 млн. осіб. У 2016-2017 навчальному році було 77 424 особи з українським громадянством, які навчались у закордонних університетах. Якщо врахувати, що в українських ЗВО (університети, академії та інститути усіх форм власності) на денних програмах тоді навчалось приблизно 900 тис. осіб, то за кордоном навчалось близько 8% від загальної кількості тих, хто вчиться на денних програмах вищої освіти. Найчастіше їдуть до Польщі, Росії, Німеччини, Канади, Чехії, Італії, США, Іспанії, Австрії, Франції, Словаччини [1]. За прогнозами Інституту демографії та соціальних досліджень Національної академії наук України, до 2031 року населення нашої країни скоротиться до 39,5 мільйонів осіб. Таким чином, одним з основних обов'язків держави, поряд із першочерговими завданнями щодо зміцнення національної безпеки, подолання економічної кризи, розбудови миру та соціальної злагоди залишається реінтеграція мігрантів. Крім того, у зв'язку з розвитком блогосфери, в останні роки поширеним є тревел-блогерство. Діти таких батьків-блогерів, як правило, є хоумскулерами і навчаються дистанційно. Великою проблемою є також реінтеграція осіб, які проживають у Криму, Донецькій та Луганській областях. Одним з інструментів цього є механізм неформальної та відкритої освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль відкритої освіти у суспільстві на сьогодні встановлено в роботах О. Захарова, І. Колеснікової, А. Хуторського, О. Висоцької, О. Коржилової, М. Лещенко, А. Яцишин. Спробу розглянути відкриту освіту як систему здійснено у наукових працях Р. Бужикова, Л. Виноградова, Б. Шуневича. Теоретичні аспекти неформальної освіти стали предметом вивчення у працях Ф. Кумбса, А. Гончарука, Л. Лук'янової, Л. Сігаєвої та інших. Теоретичні основи процесу дистанційного навчання розглядаються в роботах В. Кухаренко, Н. Морзе, В. Олійник, Є. Полат, О. Рибалко та інших. Проблеми упровадження інформаційних і комунікаційних технологій у навчальний процес досліджують В. Биков, М. Жалдак, М. Кадемія та ін. Характерні особливості віртуальних комунікацій досліджено у наукових працях В. Слободяна, Г. Остапенко, О. Висоцької. Однак, слід констатувати, що питанням неформальної і відкритої освіти сьогодні приділяється достатньо мало уваги.

Формулювання мети статті. Реформування економіки неможливе без змін в освітньому процесі. На сьогодні немає однастайності серед науковців щодо визначення понять «відкрита освіта», «неформальна освіта», «альтернативна освіта», «віртуальні комунікації», «дистанційна освіта», «дистанційне навчання» та «e-learning». Оскільки деякі категорії мають англійське походження, існують розбіжності в їх визначенні. Аналіз літературних джерел дозволяє зробити висновки, що деякі вчені ототожнюють терміни «відкрита освіта», «електронне навчання», «онлайн-навчання», «віртуальне навчання»; вважають терміни «відкрита освіта» та «неформальна освіта» синонімічними. Тому слід наголосити на різниці понять «відкрита освіта» та «дистанційна освіта» і з'ясувати сутність цих термінів. Метою статті є порівняльний аналіз відкритої та неформальної освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. У проєкті Стратегії сталого розвитку України до 2030 року [2] одним з пріоритетів є забезпечення інклюзивної та справедливої якісної освіти і сприяння можливостям навчатися впродовж усього життя для всіх. Так,

разом з такими завданнями, як забезпечення рівних можливостей для здобуття якісної початкової, базової та повної середньої освіти кожною дитиною; рівного та справедливого доступу до якісних систем розвитку, догляду та дошкільного навчання для всіх дітей; здобуття усіма учнями знань і навичок щодо принципів сталого розвитку; ліквідації гендерної нерівності у сфері освіти у документі прописано забезпечення рівного доступу до якісної освіти для всього населення, а також істотне збільшення кількості людей, які володіють суспільно необхідними навичками для отримання гідної роботи та занять підприємницькою діяльністю. У «Стратегії сталого розвитку Україна-2020» [3] реформа освіти знаходиться у першочергових пріоритетах реалізації стратегії. Все це свідчить про підвищення уваги держави і суспільства загалом до відкритої освіти.

У відкритій освіті доступ до освітніх ресурсів забезпечується кожному бажаному без перевірки вхідних параметрів знань (вступних іспитів), в якій використовуються технології (в тому числі дистанційні), що в максимальному ступені враховують бажання та можливості того, хто навчається. Суб'єктами (користувачами) таких освітніх послуг нерідко стають цілі сім'ї.

Відкрита освіта являє собою індивідуальний підхід до навчання, орієнтований на здійснення навчання кожного студента за індивідуальним планом. Відкрите навчання може включати дистанційну або інші форми навчання, а також можливість поєднувати елементи традиційного і самостійного навчання з відповідною формою контролю (табл.1).

Таблиця 1

Основні підходи до визначення сутності поняття «відкрита освіта»

<i>Автор</i>	<i>Визначення</i>
Биков В. [4]	забезпечення на основі інформатизації освітнього простору свободи, доступності вибору викладачів і студентів, гнучкості й екстериторіальності навчання
Кейптаунська декларація відкритої освіти «Відкриваючи майбутнє відкритим освітнім ресурсам» [5]	освіта, яка окрім відкритих освітніх ресурсів охоплює відкриті технології, що сприяють співпраці та гнучким підходам до навчання, відкритий обмін навчальними практиками для взаємозбагачення освітян, нові підходи до оцінювання, акредитації та спільного навчання
Консорціум Відкритої Освіти [6]	ресурси, засоби і практики, які формують рамку відкритого користування для покращання освітнього доступу та ефективності у світовому вимірі
Лещенко М., Яцишин А. [7]	невід'ємна складова інформатизації суспільства, що відображає загальну тенденцію послідовного переходу освітніх процесів із одного стану в інший, формування визначального інформаційного і комунікаційного базису розвитку освіти
Російський державний інститут відкритої освіти [8, с.10]	гнучка система здобуття освіти, доступна кожному охочому, без аналізу його освітнього цензу і регламентації періодичності і часу вивчення окремого курсу, програми, яка розвивається на основі формалізації знань, їх передачі і контролю з використанням інформаційних і педагогічних технологій дистанційного навчання
Шотландська декларація відкритої освіти [9]	освіта, яка здатна розширити доступ до освіти, зробити участь ширшою, створити нові можливості для майбутніх поколінь викладачів та учнів, підготувати їх, щоб стати повністю цифровими громадянами, може сприяти трансферу знань та активізувати якість і стійкість, забезпечуючи соціальне включення, формуючи культуру міжінституційного співробітництва та обміну
Шуневич Б. [10]	технологія навчання, яка побудована так, щоб навчання проходило гнучким способом, незалежно від географічної віддаленості студента від освітнього закладу, його соціальних і тимчасових обмежень

Дослідимо феномен відкритої освіти більш детально, для початку окресливши основні етапи її становлення: На першому, початковому етапі (70-80-ті роки ХХ століття) створено Відкритий Університет у Великій Британії у 1969 р., спостерігалось розповсюдження ідеї відкритої освіти передовими країнами світу. На другому, адаптаційному етапі (90-ті роки ХХ століття) різні міжнародні фонди здійснювали підтримку просвітницьких центрів, корегуючи їх діяльність під власне бачення. На третьому, масовому етапі (2000-ні роки - поточний час) з кожним роком зростала кількість користувачів ресурсів відкритої освіти. На четвертому, інституційному етапі за всіма ознаками розвитку суспільних відносин очікуємо в майбутньому перетворення відкритої освіти в загальний стандарт навчання за всіма рівнями. За всіма ознаками розвитку суспільних відносин очікуємо в майбутньому перетворення відкритої освіти в загальний стандарт навчання за всіма рівнями.

В.Биков виділяє три узагальнюючих чинники, що спричинили появу такого явища, як відкрита освіта. Перший чинник спричинений об'єктивними процесами розвитку суспільства, а саме: поява нових вимог до освітнього рівня людей, до характеру і темпів набуття ними освіти. Другий — пов'язаний з появою нових індивідуальних потреб в учнів щодо забезпечення свого особистісного розвитку та характеру отримання якісної освіти в сучасних умовах. Третій — спричинений тими об'єктивними процесами розвитку суспільства, які пов'язані з появою в системі освіти нових можливостей, що проявляються у розвитку змісту навчання і педагогічних технологій, у створенні додаткових умов для індивідуального особистісного розвитку людини, у поглибленні процесів демократизації та інтеграції освіти, а також у широкомасштабній інформатизації системи освіти, інших підсистем суспільства, з якими система освіти в процесі виконання своїх завдань так чи інакше взаємодіє. Зазначені чинники взаємообумовлені і взаємодоповнюють один одного. Нова освітня парадигма, що визначила і задекларувала принципи відкритої освіти, була реакцією системи освіти на зазначені чинники [4, с.46].

Оскільки стаття присвячена науковій систематизації теоретичних підходів до визначення понять «відкрита освіта» та «неформальна освіта», вважаємо доцільним перейти до наступного терміну (табл. 2).

Таблиця 2

Основні підходи до визначення сутності поняття «неформальна освіта»

<i>Автор</i>	<i>Визначення</i>
1	2
Глосарій основних термінів професійної освіти [11, с. 107]	будь-яка організована освітня діяльність поза рамками формальної системи освіти, що забезпечує певні види навчання
Гончарук А. [12]	організована, структурована та цілеспрямована навчальна діяльність, що здійснюється за межами закладів формальної освіти, спрямована на задоволення найрізноманітніших освітніх потреб різних, у тому числі вікових груп населення та не надає легалізованого диплома
Гусейнова Е., Лук'янова Ю. [13]	необов'язково має організований та систематичний характер, а також, зазвичай, не передбачає присудження кваліфікацій і формального оцінювання навчальних досягнень учасників
Європейський центр розвитку професійної освіти [14]	навчання, засноване на запланованій діяльності, яка явно не позначена як навчання (з точки зору завдань, тривалості навчання або підтримки тих, хто навчається), але яка містить значимий навчальний елемент, але зазвичай не завершується сертифікацією
Кумбс Ф. [15]	організована освітня діяльність поза встановленою формальною системою, яка відбувається окремо як частина ширшої діяльності і має цілі навчання

Продовження таблиці 2

1	2
Лук'янова Л. [16]	освіта, що здійснюється в освітніх установах або громадських організаціях (клубах, гуртках), під час індивідуальних занять з репетитором, тренером й зазвичай не підтверджується наданням документа
Меморандум безперервного навчання Європейського союзу [17]	освіта, що зазвичай супроводжується видачою документа, відбувається в навчальних закладах та громадських організаціях, а також під час індивідуальних занять з репетитором або тренером
МСКО 2011 (ЮНЕСКО) [18]	інституціолізована, цілеспрямована і спланована особистістю або організацією освіта, що забезпечує надання освітніх послуг
Національний інститут стратегічних досліджень України [19]	професійно спрямовані й загальнокультурні курси навчання в центрах освіти дорослих, у лекторіях, по телебаченню, на різних курсах інтенсивного навчання
Національний освітній глосарій: вища освіта [20]	додаткова освіта, що доцільно організована, проте не завершується наданням кваліфікації певного рівня (етапу, циклу) формальної освіти
Рада Європи [21]	цілеспрямоване та добровільне навчання, яке має місце в різних умовах і ситуаціях, для яких навчання та підготовка не обов'язково є єдиним або основним видом діяльності
Рекомендації ЄС [22]	навчання, що відбувається у рамках планованої діяльності (щодо цілей навчання, тривалості навчання), причому існує певна форма підтримки при навчанні (наприклад, відносини «студент-викладач»)
Ройтблат О. [23]	соціальна, динамічна, відкрита, варіативна, мобільна система, що реагує на професійні потреби дорослої людини, по завершенню якої не виникає будь-яких правових наслідків
Сігаєва Л. [24]	культурно-освітня робота з урахуванням потреб і інтересів слухачів без отримання диплому
Шапочкіна О. [18]	будь-яка організована поза формальною освітою освітня діяльність, що забезпечує засвоєння тих вмінь і навичок, що необхідні для соціально та економічно активного громадянина країни. Ця освітня діяльність структурована, має освітні цілі, визначені часові рамки, інфраструктурну підтримку та проходить усвідомлено. Отриманні знання звичайно не сертифікуються, хоча це можливо
Якушина М., Плаквичус М., Будаї Л. [25]	будь-яка організована систематизована діяльність, що проводиться за межами формальної освітньої системи, для забезпечення заданих видів навчання в інтересах тих, хто навчається

Джерело: систематизовано автором

В українському законодавстві зазначено, що неформальна освіта - це освіта, яка здобувається, як правило, за освітніми програмами та не передбачає присудження визнаних державою освітніх кваліфікацій за рівнями освіти, але може завершуватися присвоєнням професійних та/або присудженням часткових освітніх кваліфікацій [26]. Організація неформальної освіти є важливим соціально-політичним завданням діяльності більшості розвинених країн світу.

Аналіз вітчизняної та зарубіжної літератури з питань функціонування відкритої та неформальної освіти дозволяє відзначити такі спільні риси: безпосередній навчальний процес; індивідуалізація та особистісна спрямованість процесу навчання, адже людина навчається самостійно, практично не відволікаючись і має високий або достатньо високий рівень мотивації; інтеграція всіх способів засвоєння людиною світу; інтернаціональність та інтерактивність тощо. Слід зазначити, що основною метою як відкритої, так і неформальної освіти є приріст освітнього потенціалу, а основні ознаки – обидва види відбуваються поза національною системою освіти і керуються актуальними

потребами ринку. Поряд з цим слід визначити низку специфічних ознак кожного виду освіти (табл.3).

Таблиця 3

Специфічні риси відкритої та неформальної освіти

<i>Специфічні риси</i>	<i>Відкрита освіта</i>	<i>Неформальна освіта</i>
характер цілей	навчання відбувається протягом життя	короткострокові та специфічні
документи	без отримання документів	без або з отриманням документів
час	за бажанням слухача	короткий цикл, неповний день, за домовленістю
зміст	задоволення цікавості або власних потреб	індивідуально, орієнтація на результат, практика, гнучкість
контроль	самотивація і самоконтроль	демократичний стиль, самоуправління
місце	здебільшого Інтернет	різноманітні організації
нормативне регулювання	відкритий доступ до ресурсів	навчання на договірній основі
умови вступу	немає	добровільно-договірна система зарахування
форми	e-learning	курси, гуртки, ГО, тренінги, репетитор, майстерні, тренінги, воркшопи, семінари, проектна робота
мотивація	висока	достатньо висока або висока
доступність	для всіх незалежно від географічного місця знаходження та матеріального достатку	місце знаходження і матеріальний достаток, як правило, мають значення
гнучкість	здатність слухачів навчатись у зручний час та у зручному місці	за домовленістю
непрямі результати	розвиток інформаційної культури в суспільстві	досягнення цілей керівництва організації
технологічність	використання новітніх досягнень інформаційних і телекомунікаційних технологій	може передбачати
охоплення	кількість споживачів не є критичним параметром	навчання здійснюється, коли набрана група або виконані умови індивідуального зарахування
координативність	залежить, як правило, лише від бажання і можливості викладача / організації передавати знання; децентралізована система	впровадження посади наставника-консультанта й уведення функції координатора навчального процесу, викладач виконує функцію мотивації
модульність	можливість слухачу сформувати індивідуальну навчальну програму, яка складається з набору незалежних курсів-модулів	за домовленістю
паралельність	полягає у здійсненні навчання одночасно з професійною діяльністю, без відриву від виробництва або іншого виду діяльності	може полягати у здійсненні навчання одночасно з професійною діяльністю, без відриву або з відривом від виробництва або іншого виду діяльності
віддаленість	відстань від місця знаходження студента до освітньої установи не є перешкодою для ефективного освітнього процесу	може бути перешкодою
асинхронність	в процесі навчання студент і викладач працюють за зручним для кожного розкладом	за домовленістю
економічність	+	не завжди
4R	право на перевикористання (reuse), перегляд (revise), перерозповсюдження (redistribute) та переформатування (remix) інформації	як правило, немає

Джерело: систематизовано автором

Відкрита і неформальна освіта є організованим навчанням. Якщо відкрита освіта є завжди добровільною, то неформальна може здійснюватися за розпорядженням керівництва організації, де працює слухач. Відкрита освіта передбачає відкритий доступ до інформації, отже, є доступною для кожного, незалежно від рівня знань, матеріального стану, географічного місця перебування. Процес навчання при неформальній освіті пов'язаний з педагогічними цілями, при відкритій - доповнює інші складові частини навчання протягом усього життя, зокрема формальне навчання. Обидва види освіти надають перевагу компетентностям, які придбані активною участю в діяльності, повсякденному житті, але неформальна освіта більше спирається на досвід і дію й прагне до задоволення потреб учасників.

Для неформальної освіти є характерною орієнтація на конкретні освітні запити різних соціальних, професійних, демографічних груп населення, для відкритої - піклування у відношенні до певних категорій осіб.

Високий особистісний сенс навчання та внутрішня відповідальність тих, хто навчається, за результат освітньої діяльності притаманні як неформальній, так і відкритій освіті. Слід зазначити, що відкрита і неформальна освіта мають схожі можливості та загрози (табл. 4).

Таблиця 4

Відкрита та неформальна освіта: SWOT-аналіз

Компоненти аналізу	Неформальна освіта	Відкрита освіта
Сильні сторони	Законодавчо визначена, є достатньо ресурсів, інформація про які розповсюджується за допомогою вірального маркетингу	Є достатньо ресурсів, інформація про які розповсюджується за допомогою вірального маркетингу
Слабкі сторони	Недостатньо інтегрована в офіційно визнану освіту	Законодавчо не визначена, недостатньо інтегрована в офіційно визнану освіту
Можливості	Зацікавленість місцевих громад, збільшення кількості хоумскулерів та мігрантів, зростання ролі освіти протягом життя	Створення центрів з метою просвітницької діяльності та надання освітніх послуг, зацікавленість місцевих громад, збільшення кількості хоумскулерів та мігрантів, зростання ролі освіти протягом життя
Загрози	Недостатньо розроблена нормативно-правова база функціонування неформальної освіти, можливе ліцензування освітньої діяльності зменшить активність тренінгових центрів у цьому секторі	Майже не розроблена нормативно-правова база функціонування відкритої освіти, фінансова криза може спричинити зменшення донорського та спонсорського інвестування

Джерело: розроблено автором

Дані соціологічного дослідження [27] показують, що значна кількість людей (71,4%) вже проходили навчання через Інтернет і достатньо активно до нього долучалися: 22,4% навчалися 1-2 рази, 19,2% - 3-4 рази, 18,2% - 5-6 разів, 13,1% - 7-10 разів. Така інтенсивність залученості до неформальної та відкритої освіти доводить важливість таких видів освіти у країні. Найбільш розповсюдженим каналом інформації, яким слухачі користуються у пошуку освітніх заходів, є соціальні мережі (84,7%) та

спеціалізовані Інтернет-ресурси (48,7%); 39,2% респондентів за інформацією щодо освітніх заходів звертаються за рекомендаціями до друзів, а 32,5% респондентів мають досвід цілеспрямованого пошуку з цього питання. Щодо мети такого навчання - 74,2% респондентів зазначили, що навчалися задля особистісного розвитку; 72,5% - для підвищення рівня освіченості, розширення світогляду; 67,9% - для підвищення професійної кваліфікації; 12,7% - для отримання нової професії. Найбільшою перепорою участі в неформальній освіті респонденти визнали варіант відповіді «Не вистачає часу» - 58 %, на другому місці - «Не вистачає грошей» - 51,4%. Першу проблему можна вирішити при більш широкому впровадженні онлайн-форми навчання: а проблему нестачі грошей - через відкриту освіту.

Висновки з проведеного дослідження. У запропонованому дослідженні представлено спробу з'ясувати й аналізувати основні розуміння і тлумачення таких багатогранних понять, як «відкрита освіта» та «неформальна освіта». З'ясовано, що ці явища стрімко розвиваються, а тому дещо змінюється і зміст понять.

У сучасній економіці зростає роль та значення нових знань. Крім того, наразі спостерігаємо жорстку конкуренцію за світовий ринок між деякими країнами, появу нових конкурентів, асиметрію світового господарства, про що говорять і нерівномірність розвитку певних галузей, і концентрація винаходів у технологічно розвинутих країнах світу. Таким чином, слід зробити висновок про суттєве підвищення ролі відкритої та неформальної освіти в умовах техноглобалізму, адже глобальна система генерації наукових знань та ідей здатна вирівняти диспропорції на існуючих регіональних ринках освіти, забезпечити сталий інноваційний розвиток не лише нашої країни, а й суспільства загалом. Саме такі форми освіти створюють глобальне інформаційне освітнє середовище і є запорукою освітньої безпеки людства.

У статті доведено, що відкрита та неформальна освіта мають низку відмінностей. Так, при відкритій освіті навчання відбувається протягом всього життя, при неформальній освіті цілі мають короткостроковий та специфічний характер. Відкрита освіта, як правило, не передбачає отримання документа про здобуття певної компетентності, але деякі організації практикують підхід «тестування – сертифікація». При відкритій освіті слухач сам встановлює зручний для себе режим навчання, при неформальній – необхідна домовленість між суб'єктами освітнього процесу. Відкрита освіта задовольняє цікавість користувача, при неформальній освіті має місце «точкове вирішення проблем» з чіткою орієнтацією на результат. За умов відкритої освіти користувач самостійно мотивує і контролює себе, при неформальній освіті таку функцію, як правило, виконує тьютор. Відкрита освіта передбачає вільний доступ до ресурсів, неформальна освіта може передбачати плату за навчання або тестування при вступі (екзамени на «виході»). Слід зазначити, що відкриту освіту у більшості випадків можна розглядати як неформальну, однак у тому випадку, коли формальні організації (школи, технікуми, університети тощо) проводять відкриті заходи, такі як тренінги, профорієнтаційні школи тощо, відкрита освіта у цьому випадку розглядається як формальна, в той час як неформальна освіта не є формальною. У той самий час неформальна освіта не завжди є відкритою, оскільки може передбачати: вступні іспити, оплату, підписання договору про права та обов'язки сторін тощо.

Практична значущість статті полягає у тому, що матеріали дослідження можуть бути використані науковцями і викладачами для подальшого організаційного та інфраструктурного забезпечення неформальної та відкритої освіти, а також для практикуючих фахівців соціальної роботи з мігрантами та опорними освітніми хоумскул-просторами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Стадний Є. Українське студентство за кордоном: дані до 2017/18 навчального року [Електронний ресурс] / Доступ до ресурсу: <https://cedos.org.ua/uk/articles/ukrainske-studentstvo-za-kordonom-dani-do-201718-navchalnoho-roku>. – Назва з екрану.
2. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року [Електронний ресурс] / Доступ до ресурсу: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf. – Назва з екрану.
3. Стратегія сталого розвитку «Україна-2020» [Електронний ресурс] / Доступ до ресурсу: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>. – Назва з екрану.
4. Биков В.Ю. Моделі організаційних систем відкритої освіти: монографія / В.Ю. Биков. - К.: Атіка, 2008. — 250 с.
5. The Cape Town Open Education Declaration. [Електронний ресурс] / Доступ до ресурсу: <http://www.capetowndeclaration.org/>. - Назва з екрану.
6. Global Education Consortium. Global Network for Open Education. [Електронний ресурс] / Доступ до ресурсу: <http://www.oiconsortium.org/>. – Назва з екрану.
7. Лещенко М. П. Відкрита освіта у категоріальному полі вітчизняних і зарубіжних учених / М.П.Лещенко, А.В.Яцишен // Інформаційні технології і засоби навчання. - Т. 39, Вип. 1, с. 1–16.
8. Відкрита освіта: Колективний розвиток освіти через відкриті технології, відкритий контент і відкрите знання. За ред. Тору Ійосі та М.С.Віджая Кумара / переклад з англ. А. Іщенко та О. Насика. – К.: Наука, 2009. – 256 с.
9. Scottish Open Education Declaration. Open Scotland. [Електронний ресурс] / Доступ до ресурсу: <http://openscot.net/declaration/>. – Назва з екрану.
10. Шуневич Б. Обґрунтування наукової термінології з дистанційного навчання / Б.Шуневич // Вісник Національного університету. — 2003. — № 490. — С. 95–104.
11. Глосарій основних термінів професійної освіти / упоряд. Т. М. Десятов / за заг. ред. Н. Г. Ничкало. – К. : Вид-во Артєк, 2009.
12. Гончарук А. Неформальна освіта дорослих у країнах ЄС. – Педагогічні науки. – 2012. - №54. – С.31-36.- [Електронний ресурс] / Доступ до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pena_2012_54_8. – Назва з екрану.
13. Гусейнова Е.І. Неформальна освіта як важливий елемент безперервної освіти / Е.І. Гусейнова, Ю.М. Лук'янова // Педагогічні науки – 2012. [Електронний ресурс]. – Доступ до ресурсу: http://www.rusnauka.com/11_NPE_2012/Pedagogica/4_106261.doc.htm. – Назва з екрану.
14. Терьохіна Н.О. Неформальна освіта як важлива складова системи освіти дорослих / Н.О. Терьохіна Н.О. // Порівняльно-педагогічні студії. – 2014. – № 2/3.- С.109-114.
15. Coombs P. Ahmed M. Attacking rural poverty; how nonformal education can help. [Електронний ресурс] – Доступ до ресурсу: http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2000/02/18/000178830_98101911003374/Rendered/PDF/multi_page.pdf. – Назва з екрану.
16. Лук'янова Л.Б. Неформальна освіта дорослих: проблеми і перспективи. - Професійна освіта: педагогіка і психологія: пол.-укр., укр.-пол.щорічник / за ред. Т.Лєвовицького, І.Вільш, І.Зязюна, Н.Ничкало – Ченстохова; Київ, 2011. – № 13. – С. 327-333.
17. A Memorandum on Lifelong Learning - [Електронний ресурс] – Доступ до ресурсу: http://arhiv.acs.si/dokumenti/Memorandum_on_Lifelong_Learning.pdf. – Назва з екрану.
18. Горленко В.М. Неформальна освіта як чинник розвитку інформаційно-комунікаційної компетентності вихователів дошкільного навчального закладу / В.М.

Горленко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Педагогіка. Соціальна робота. – 2017. - №1(40). – С. 67-73.

19. Освіта протягом життя: світовий досвід і українська практика. Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Доступ до ресурсу: <http://www.niss.gov.ua/articles/252/>. – Назва з екрану.

20. Національний освітній глосарій: вища освіта / авт.-уклад. : І. І. Бабин, Я. Я. Болюбаш, А. А. Гармаш [та ін.]; за ред. Д. В. Табачника, В. Г. Кременя. – К. : ТОВ Вид. дім Пляяди, 2011.

21. The European Knowledge Centre for Youth Policy. – [Електронний ресурс] – Доступ до ресурсу: <http://rjp-eu.coe.int/en/web/youth-partnership/glossary>. – Назва з екрану.

22. Рекомендація Ради ЄС щодо визнання неформального та інформального навчання. - [Електронний ресурс] – Доступ до ресурсу: http://ipq.org.ua/upload/files/files/06_Biblioteka/01_Normativna_baza/01_Viznznnya_neformalnogo_navchannya/01_Mignarodni_dokumenti/council_recommendations_20_dec_2012_ukr.pdf. – Назва з екрану.

23. Ройтблат О.В. Развитие неформального образования в современном социокультурном пространстве России / О.В. Ройтблат // Человек и образование. – 2013. – № 1. – С. 25-28.

24. Сігаєва Л. Є. Характеристика структури освіти дорослих в сучасній Україні / Л.Є. Сігаєва // Вісник Житомирського державного університету. – 2011. - № 59 – С. 38–42.

25. Якушина М.С. Диверсификация маршрутов неформального образования для разновозрастных сообществ в условиях развития СНГ / М.С. Якушина, М.Р. Илакавичус, Л.П. Будай // Человек и образование. – 2013. - № 3. – С. 68-71.

26. Про освіту: Закон України від 5.09.2017 № 2145-VIII. Дата оновлення: 6.06.2019. [Електронний ресурс] – Доступ до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>. – Назва з екрану.

27. Москаленко Л.М. Тенденції розвитку неформальної освіти в Україні (за результатами соціологічного дослідження) / Л.М. Москаленко // Вісник Львівського університету. Серія соціол. 2018. – Вип.12. – С.212-220.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.8

УДК 338.1:347.77:659.4.012

Біркентале В.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки, Донецький національний університет імені Василя Стуса

Статкевич К.О., магістрант, Донецький національний університет імені Василя Стуса

«ПАЗАРИТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ»: РИЗИКИ ТА АЛГОРИТМ ЗАХИСТУ ДЛЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК

У статті проаналізовано теоретичні та прикладні аспекти поширення «паразитичного маркетингу» та його загрози для підприємств-правовласників торговельних марок (ТМ). Основним способом охорони ТМ є їх реєстрація. Але поширеність товарів-підробок у світі, значні економічні та іміджеві втрати правовласників, проблематичність притягнення порушників до відповідальності обумовлюють необхідність дослідження факторів, що створюють умови для купівлі-продажу товарів-підробок, та визначення алгоритму захисту від «паразитичного маркетингу».

Авторами проведено емпіричне дослідження (анкетування), результати якого довели усвідомлення громадянами високого рівня фальсифікації українського ринку товарів та послуг, нейтральне ставлення українців до існування товарів-підробок. За результатами другого експериментального дослідження - із проведенням маніпуляцій над зовнішнім виглядом товару та зміною позначення ТМ - було визначено, що саме знак ТМ є основним сигналом для споживчого вибору. Низький рівень поінформованості про елементи оригінальних ТМ, правової обізнаності у сфері інтелектуальної власності (ІВ), усвідомлення недосконалості вітчизняної сфери захисту прав ІВ, падіння рівня добробуту населення – є ґрунтом для існування і поширення «паразитичного маркетингу».

Для уникнення негативного сценарію розвитку компаніям-правовласникам ТМ запропоновано спрямувати свою увагу на трьох напрямках: дослідження факторів споживчого вибору; дослідження факторів ризику появи товарів-підробок; формування власного комплексу заходів, спрямованих на охорону і захист ТМ від «паразитичного маркетингу» на основі представленого алгоритму.

Ключові слова: «паразитичний маркетинг», бренд, торговельна марка, захист ТМ, товари-підробки, антипаразитні дії.

Рис. - 1, Табл. - 4, Літ. - 24.

Біркентале В.В., Статкевич К.А.

«ПАЗАРИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»: РИСК И АЛГОРИТМ ЗАЩИТЫ ДЛЯ ТОРГОВЫХ МАРОК

В статье проанализированы теоретические и прикладные аспекты распространения «паразитического маркетинга» и угрозы от него для предприятий-правообладателей торговых марок (ТМ). Основным способом охраны ТМ является ее регистрация. Однако масштабы реализации товаров-подделок в мире, значительный экономический и имиджевый ущерб собственников прав, низкая вероятность привлечения нарушителей прав к ответственности обуславливают необходимость исследования факторов, способствующих купле-продаже товаров-подделок, и важность формирования алгоритма защиты от «паразитического маркетинга».

Авторами проведено емпіричне дослідження (анкетування), результати якого показали усвідомлення громадянами високого рівня фальсифікації українського ринку товарів та послуг, нейтральне (пасивне) ставлення українців до існування

товаров-подделок. Результаты второго экспериментального исследования – с манипуляциями над внешним видом товаров и изменениями в обозначении ТМ - показали, что именно обозначение ТМ является основным сигналом для потребительского выбора. Низкий уровень информированности об элементах оригинальных ТМ, правовой грамотности в сфере интеллектуальной собственности (ИС), осознание несовершенства отечественной сферы защиты прав ИС, падение уровня благосостояния населения является почвой для существования и распространения «паразитического маркетинга».

Для недопущения негативного сценария развития компаниям-собственникам ТМ предложено сфокусировать внимание на трех направлениях: исследование факторов потребительского выбора; исследование факторов риска появления товаров-подделок; формирование собственного комплекса мер, направленных на охрану и защиту ТМ от «паразитического маркетинга» на основе представленного алгоритма.

Ключевые слова: «паразитический маркетинг», бренд, торговая марка, защита ТМ, товары-подделки, антипаразитные действия.

Birkentale V., Statkevych K.

«PARASITIC MARKETING»: RISKS AND PROTECTION ALGORITHM FOR TRADEMARKS

The article was analyzed the theoretical and applied aspects of the spread of "parasitic marketing" and its threats to right-holders of trademarks (TM). The main way of protection of TM is their registration. But the prevalence of counterfeit goods in the world, significant economic and image losses of rightsholders, the problem of bringing violators to responsibility make it necessary to study the factors creating conditions for the purchase and sale of counterfeit goods, and determine the algorithm for protection against "parasitic marketing".

The authors were conducted an empirical study (questionnaire), the results of which proved the awareness of the citizens of the high level of falsification of the Ukrainian market of goods and services, the neutral attitude of the Ukrainian to the existence of counterfeit goods. According to the results of the second experimental study – with manipulation over the appearance of the product and a change in the designation of TM - it was determined, that the trademark is the main signal for consumer choice. Low levels of awareness about elements of original TM, legal awareness in the field of intellectual property (IP), awareness of imperfections of the domestic sphere of protection of IP rights, drop in the level of well-being of the population -are grounds for existence and distribution of "parasitic marketing".

In order to avoid negative development scenario, the right-holders of TM are invited to direct their attention to three areas: research of factors of consumer choice; research of risk factors for the appearance of counterfeit goods; formation of their own set of measures aimed at protecting TM against "parasitic marketing" based on the presented algorithm.

Key words: «parasitic marketing», brand, trademark, protection of TM, counterfeit goods, antiparasitic actions.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день кожен товар або послуга є результатом інтелектуальної діяльності людини. Більшість результатів економічної діяльності реалізується під певною торговельною маркою (ТМ) виробника, яка забезпечує ідентифікацію економічних суб'єктів або товарів, які вони виробляють. Використання ТМ є перевагою як для виробника, так і споживача, оскільки основною функцією ТМ є саме ідентифікація виробника. Проте без юридичної реєстрації ТМ залишається лише маркетинговим позначенням, що не забезпечує правової охорони від

її використання недобросовісними конкурентами. У західних джерелах, а віднедавна й у вітчизняних дослідженнях, недобросовісні дії конкурентів по відношенню до власників відомих ТМ описують поняттям «паразитичний маркетинг». Сучасний «паразитичний маркетинг» перетворився на самостійний маркетинговий інструмент, який дозволяє недобросовісному конкуренту швидко отримати тимчасовий успіх і завдає значних економічних та іміджевих втрат оригінальному виробнику. Тому, для унеможливлення або мінімізації ситуацій, що пов'язані з «паразитичним маркетингом», кожен виробник повинен краще розбиратися у різних формах «паразитичного маркетингу», знати традиційні та сучасні способи охорони та захисту ТМ і використовувати їх на практиці.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням теоретичних та прикладних аспектів неправомірного використання позначень займалися такі українські вчені, як Г.О. Швець, С.В. Степаненко, Т.В. Коваленко, Ю.В. Богач [1-4] та інші. Для написання статті досліджувались роботи з питань «паразитичного маркетингу» таких зарубіжних авторів, як: Д.М. Вілсон, К. Парк, А. Леруа, Р. Ресай, Ф. Шехтер, Л. Хойє, Г. Хогг, Х. Факін [5-10].

Метою дослідження є визначення впливу «паразитичного маркетингу» на діяльність підприємств та споживчий вибір, а також формування комплексу заходів з охорони і захисту ТМ. Зміна умов господарювання, загострення конкуренції обумовлює появу нових маркетингових інструментів. У свою чергу, це обумовлює пошук інноваційних форм захисту від недобросовісної конкуренції.

Основна частина. Відповідно до ст. 492 Цивільного кодексу України, «торговельною маркою може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами. Такими позначеннями можуть бути, зокрема, слова, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів» [11]. З одного боку, бізнес-суб'єкти вирізняються з-поміж конкурентів на ринку, зміцнюють цінність та імідж компанії, а з іншого – допомагають споживачеві запам'ятати та виявити прихильність до того чи іншого виробника, оскільки основною функцією ТМ є саме ідентифікація виробника [11-12]. Проте без юридичної реєстрації ТМ залишається лише маркетинговим позначенням, що не забезпечує правової охорони від її використання конкурентами.

Слід зазначити, що використання понять «торговельна марка» і «бренд» у вітчизняній практиці і більшості публікацій не є тотожними. Для формування бренду має пройти певний час, коли назва торговельної марки буде асоціюватися з певними ознаками, якостями і характеристиками товару чи послуги, тобто бренд – це асоціації, емоції, які виникають у зв'язку із певною ТМ і її репутацією. У зарубіжній маркетинговій літературі ці поняття більш близькі за змістом, а процес створення ТМ (бренду), її юридичної реєстрації та популяризації отримав назву «брендинг». Загальна відомість торгової марки зумовлює успішність певного товару на ринку і навпаки; у свою чергу, популярність бренду зрештою конвертується в пізнаваність фірми-виробника, її найменування серед споживачів. Водночас, успішні бізнес-проекти, що створили й використовують брендові ТМ, часто стають об'єктами недобросовісних дій з боку конкурентів. Такі дії в українському законодавстві отримали назву неправомірного використання позначень [13]. У західних джерелах, а віднедавна й у вітчизняних дослідженнях, недобросовісні дії конкурентів по відношенню до власників відомих ТМ описують поняттям «паразитичний маркетинг». Часто цей термін вживається у зв'язку із причетністю тієї чи іншої торговельної марки до масових подій спортивного або видовищного характеру. Дослідження різних аспектів поширення «паразитичного

маркетингу» найбільше активізувалися під час і після проведення Олімпіад у Барселоні (1992 р.) та у Пекіні (у 2008 р.), Світового турніру з тенісу у Парижі (2008 р.), Чемпіонату світу з футболу у Москві (2018 р.) та інших масштабних заходів [6, 14]. Економісти Сандлер і Шані визначали «паразитичний маркетинг» як «сплановане зусилля організації (компанії) опосередковано асоціюватися з подією з метою отримання як мінімум частини визнання і вигод, які асоціюються з офіційним спонсором» [15].

Проте наведене визначення є достатньо вузьким, так як не завжди «паразитичний маркетинг» передбачає асоціацію зі спонсорством. В основному, він побудований на копіюванні чужої ТМ для просування власної (зазвичай менш відомої) або на незаконному використанні чужих ТМ. Найчастіше копіюються назва, гасло ТМ, комбінація кольорів, дизайн упаковки, методи просування товару на ринок [6, 14, 15]. Але зміцнення системи правової охорони об'єктів інтелектуальної власності у світі, посилення спротиву власників ТМ діям недобросовісних конкурентів обмежують прямі методи копіювання відомих ТМ і призводять до появи товарів-імітаторів, або так званих «паразитів». Фахівці розрізняють такі форми «паразитичного маркетингу»: пряма паразитична діяльність; хижацький паразитизм; паразитизм, що наслідують; непрямий паразитизм; асоціативний паразитизм; паразитизм ідей; паразитизм, що відволікає; бунтівний паразитизм; ненавмисна атака; інтенсивна атака і деякі інші [6, 14].

Без сумніву, використання елементів «паразитичного маркетингу» завдає значних втрат оригінальному виробнику. По-перше, компанія, що копіює відомий бренд, по суті, використовує ресурси фірми-оригіналу у своїх інтересах, тобто, не витрачаючи коштів на просування власної продукції, вона набуває значної кількості покупців. «Паразитичний маркетинг» ще називають «маркетингом малих витрат», оскільки його використовують, як правило, фірми із обмеженими фінансовими ресурсами, які орієнтовані на короткочасний ринковий успіх – до моменту усвідомлення споживачами низької якості продукту і його невідповідності очікуваним характеристикам [16]. По-друге, у зв'язку з діяльністю клону власник бренду втрачає частину покупців, а отже, істотно скорочує свої доходи. По-третє, у випадку, коли фірма-паразит випускає товари низької якості, компанія-оригінал зазнає ще й репутаційно-іміджевих втрат, оскільки споживачі підробок часто асоціюють низькоякісний товар із відомим брендом. По-четверте, можливою є ситуація, за якої паразитична компанія володіє значними фінансовими ресурсами, що дає їй змогу розширити свою частку на ринку аж до повного витіснення оригінальної фірми з ринку. Отже, «паразитичний маркетинг» являє собою значну загрозу для товаровиробників, що здатна звести нанівець перспективи їх існування у даному сегменті ринку

Основним кроком в охороні і захисті торгової марки є оформлення прав інтелектуальної власності. У вітчизняній теорії і практиці права інтелектуальної власності поняття «охорона» і «захист» не є тотожними поняттями. За змістом, «охорона прав» означає сукупність нормативно-правих актів, які є основою для виникнення і реалізації прав ІВ, а «захист прав ІВ» - сукупність способів відновлення прав у разі їх порушення. Проте у зарубіжних джерелах ці поняття ототожнюються і позначаються одним терміном – «protection». Законодавство про інтелектуальну власність покликане охороняти і захищати авторів і власників від недобросовісних конкурентів і товарів-підробок.

У різних країнах існують відмінності при реєстрації ТМ. У 2012 році в США був представлений «Закон про інноваційний захист авторських прав», який захищає бренди від підробок наслідувачів [10, с. 62]. США залишаються одними з лідерів реєстрації ТМ в світі. Однією з основних особливостей, що відрізняють реєстрацію товарних знаків

США від інших національних законодавств, є застосування принципу «першості у використанні», згідно з яким перевага віддається тому власнику торгової марки, який першим почав використання, а не перший, хто її зареєстрував.

Провідними європейськими міжнародними організаціями у сфері ІВ є Відомство з інтелектуальної власності ЄС і Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ), одним з основних напрямів діяльності яких є програмна діяльність – перегляд і оновлення існуючих міжнародних угод і договорів у сфері ІВ, прийняття нових документів. У 1998 році в структурі ВОІВ було створено Постійний комітет з прав товарних знаків, промислових зразків і географічних зазначень (ПКТЗ), який слугує форумом для відкритого обговорення (часто – у режимі on-line) питань щодо прогресивного розвитку міжнародного права в галузі торговельних марок і інших відповідних об'єктів, гармонізації міжнародного і національного законодавства, координації з актуальних питань тощо. Корисними і актуальними є публікації із посиланнями на нормативні документи, національні практики, довідникові документи, спільні рекомендації, які стосуються тенденцій і змін у міжнародному законодавстві з ТМ [17]. Для захисту проти паразитичних товарів можна використовувати ст. 10 Паризької конвенції про охорону промислової власності, за якою підлягають забороні всі дії, здатні будь-яким чином викликати змішування у свідомості споживача сприйняття інформації стосовно підприємства, продуктів чи промислової або торговельної діяльності конкурента.

У законодавстві Німеччини, Франції, Японії і Китаю застосовується принцип «first-to-file» (першості при подачі заявки): права власності на ТМ отримує особа, яка першою подала заявку на реєстрацію [18].

В Україні право на ТМ закріплюється за тим, хто перший отримав свідоцтво про реєстрацію, яке діє протягом 10 років. Крім того, державою передбачено захист виробників від товарів-паразитів за допомогою основної правової бази, що складається із Цивільного кодексу і спеціальних законів України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «Про захист від недобросовісної конкуренції» [11-13]. Згідно зі ст. 4-6 Закону «Про захист від недобросовісної конкуренції», забороняється недобросовісне використання зовнішнього вигляду товару виробника, копіювання зовнішнього вигляду виробу, неправомірне використання позначень [13]. Відповідно до п. 6. ст. 16 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», свідоцтво про реєстрацію товарного знаку надає його власнику виключне право забороняти іншим особам використовувати без його згоди зареєстрований знак стосовно зазначених у свідоцтві товарів і послуг, а також позначення, схожі із зареєстрованим знаком, якщо в результаті такого використання ці позначення і знак можна сплутати [12]. Порушення права інтелектуальної власності, в тому числі невизнання цього права чи посягання на нього, тягне за собою адміністративну, цивільно-правову або кримінальну відповідальність, встановлену Цивільним кодексом та іншими законами [11-13].

Проте, як свідчить практика захисту інтелектуальних прав виробників, довести унікальність та виключні права на ТМ дуже важко та не завжди виходить виграти судову справу. Усвідомлення суспільством недосконалості системи і неможливості притягнення до відповідальності призводить до збільшення кількості порушень у сфері інтелектуальної власності, в цілому, і економічної конкуренції, зокрема. Тому маркетологам важливо ініціювати посилення охоронних заходів для товарного асортименту - для того, щоб підробникам ускладнити копіювання та брендування під товари-оригінали, оскільки вони несуть такі загрози для компаній-власників прав ТМ:

- впливають на прибуток, оскільки споживачі купують товари-підробки замість оригінального товару;

- можуть завдати шкоди репутації фірми, тому що підроблені товари зазвичай нижчої якості;

- можуть завдати шкоду здоров'ю і життю споживачів, оскільки вони не проходили перевірок безпеки.

Підробки найбільш поширені на ринку товарів масового споживання, тому що їх купують доволі часто і їхня частка в загальному доході споживачів є незначною, а увага до таких товарів у процесі їх придбання є ослабленою. Теоретично, кожен вид продукції сприйнятливий до підробки, але підсилюється ця ймовірність рядом факторів, які систематизовані та детально описані у табл.1.

Таблиця 1

Фактори, що збільшують ризик підробки товарів*

Фактор, що пов'язаний з продукцією	Характеристика
Відносно недорога продукція	Популярними є недорогі товари, які можна легко скопіювати та продати у великій кількості. Високий обсяг потенційних продажів може допомогти компенсувати відносно низькі норми прибутку.
Продукція, що користується високим попитом	Товар, який користується попитом, незалежно від його ціни, приверне увагу підробників та імітаторів. Останні можуть використовувати маркетингові та брендингові зусилля законних виробників, продаючи схожі версії популярних товарів.
Продукція з великою часткою ринку	Продукт або група товарів з великою часткою ринку є ідеальною ціллю для підробників. Якщо клієнти шукають найпопулярнішу ТМ, підробники будуть бачити ринок підроблених версій цих товарів.
Розкішні вироби	Найчастіше підробники будуть зосереджені на виробництві дорогих розкішних виробів. Більш високий потенціал прибутку, що притаманно для розкішних товарів, компенсує меншу кількість одиниць, які доступні для продажу.
Продукти, у яких відсутні функції безпеки	Функції безпеки, такі як голографічні етикетки або спеціальні кольори, стримують підробників, оскільки вони роблять підроблені вироби важчими для копіювання та простішими для ідентифікації. Легальні товари без таких функцій безпеки простіше підробити.
Продукція, що виробляється через тривалі ланцюги поставок	Компанії, що мають довгий і складний ланцюг поставок чи дистрибуції, представляють багато можливостей підробки, оскільки існує декілька пунктів, в яких підробник може проникнути або маніпулювати ланцюгом.
Компоненти та матеріали, що пропонуються за штучно низькими цінами	Часто компоненти та деталі виробів є цілями для виробників підробок. Компоненти з низькою ціною можуть бути привабливими для законних виробників, але підроблені компоненти можуть створювати ті ж ризики для безпеки, що і підроблені готові вироби.
Продукція, що продається в Інтернеті	Продаж продуктів в Інтернеті означає потенційну втрату контролю над розповсюдженням, що спрощує фальсифікаторам продаж підроблених товарів без відома виробника.

*розроблено авторами за [21]

«Паразитичний маркетинг» поширюється в усьому світі, включаючи розвинені країни, де правова охорона торговельних марок і їх юридичний захист, власне як і правосвідомість громадян, перебувають на доволі високому рівні. Цій проблемі було

приділено окрему увагу у «Доповіді про стан в галузі ІВ у світі «Бренди – репутація та імідж на світовому ринку»» (ВОІВ, 2013 р.) [19]. «Центр захисту від підробок та захисту продуктів» (Мічіган) у 2015 році оприлюднив дані, що вартість контрафакту, який був вилучений митницею США, за 10 років зросла більше ніж на 38%. За прогнозними даними, річний обсяг продажів підроблених товарів у 2018 році мав становити 461 млрд дол. США (близько 2,5% від загального обсягу світової торгівлі) [5]. Проте дійсність перевершила очікування - відповідно до «Глобального звіту про підробку брендів» загальна кількість підроблених товарів у світовому масштабі досягла 1,2 трлн. дол США в 2017 році і до 2020 року прогнозується збільшення обсягу до 1,82 трлн дол. США [24].

Про поширеність «паразитичного маркетингу» в Україні свідчать дані Європейської Бізнес Асоціації, згідно яких частка підробленої продукції в різних товарних групах в даний час складає від 15 до 60 %: 60% парфумерії, 40% електроніки, 40% алкогольних та безалкогольних напоїв і продуктів харчування, 30% товарів за доглядом і 15% медикаментів [20].

Способи виготовлення товарів-підробок і маркетингові інструменти просування на ринок настільки швидко оновлюються, що покупці часто не можуть врахувати весь перелік факторів ризику, всі елементи дизайну упаковки, елементи позначення ТМ, їх точне розташування, особливо, якщо ці комерційні позначення здійснені іноземною мовою. Низький рівень обізнаності споживача щодо масштабів фальсифікації, рівня підробок товарів різних груп може спровокувати придбати товар-імітацію. Тому виробники намагаються враховувати усі психологічні фактори і елементи поведінки споживачів, які впливають на споживчий вибір.

Для більш повного і точного визначення реакції і ставлення споживачів до підробок на українському ринку авторами було проведено емпіричне дослідження – анкетування шляхом інтерв'ювання. Метою даного дослідження було з'ясування особливостей споживання підробної продукції та ставлення споживачів до неї. Щоб вибірка була репрезентативною, було розраховано статистично допустимий розмір вибірки з генеральної сукупності з довірчою ймовірністю 0,95 (ймовірність помилки в 5 випадках на 100) та з помилкою, що не перевищує 5%. Згідно проведених розрахунків було встановлено, що чисельність вибірки має становити 384 особи з 25770931 осіб (усе доросле населення України у 2018 р.) [22]. В опитуванні взяло участь 409 осіб. Опитувальник було розміщено в мережі Інтернет через додаток Google Forms та розповсюджено по корпоративній мережі Донецького національного університету імені Василя Стуса, а також по громадським групам у соціальній мережі Facebook [23]. Респонденти надавали відповіді на наступні запитання:

1. Який у Вас основний фактор купівлі товару?
2. Чи купуєте Ви товари-підробки/імітації?
3. Як Ви ставитесь до товарів-підробок?
4. На Вашу думку, наскільки фальсифікований український ринок?
5. Чи перевіряєте Ви товар на оригінальність?

Аналіз наведеного на рисунку 1 розподілу відповідей респондентів дозволяє зробити висновки, що:

- більшою мірою при купівлі товарів респонденти враховують якість товару (73%), а ціна впливає на споживчий вибір меншою мірою;
- лише 30% громадян вважають виробництво і реалізацію товарів-підробок порушенням прав ІВ, а решта респондентів ставляться до підробок нейтрально (64%), або навіть позитивно (6%), отже є потенційними споживачами товарів-підробок;
- споживачі усвідомлюють достатньо високий рівень фальсифікації ринку;

- лише близько 20% споживачів схильні перевірити товар на оригінальність. Більше половини респондентів (61,9%) відповіла, що лише інколи перевіряють товар на оригінальність, 16% - взагалі цим не обтяжується.

Отже, зріз відповідей на питання анкети показав достатньо тривожну картину – суспільство схильне до покупки товарів-підробок. Причин тому чимало – байдужість, необізнаність, неухважність, низький рівень доходів і довіри до системи правової охорони і захисту ТМ й інші причини. Все це створює сприятливі умови для процвітання «паразитичного маркетингу», обмеження умов реалізації добросовісної конкуренції, порушення прав виробників-власників ТМ і споживачів.

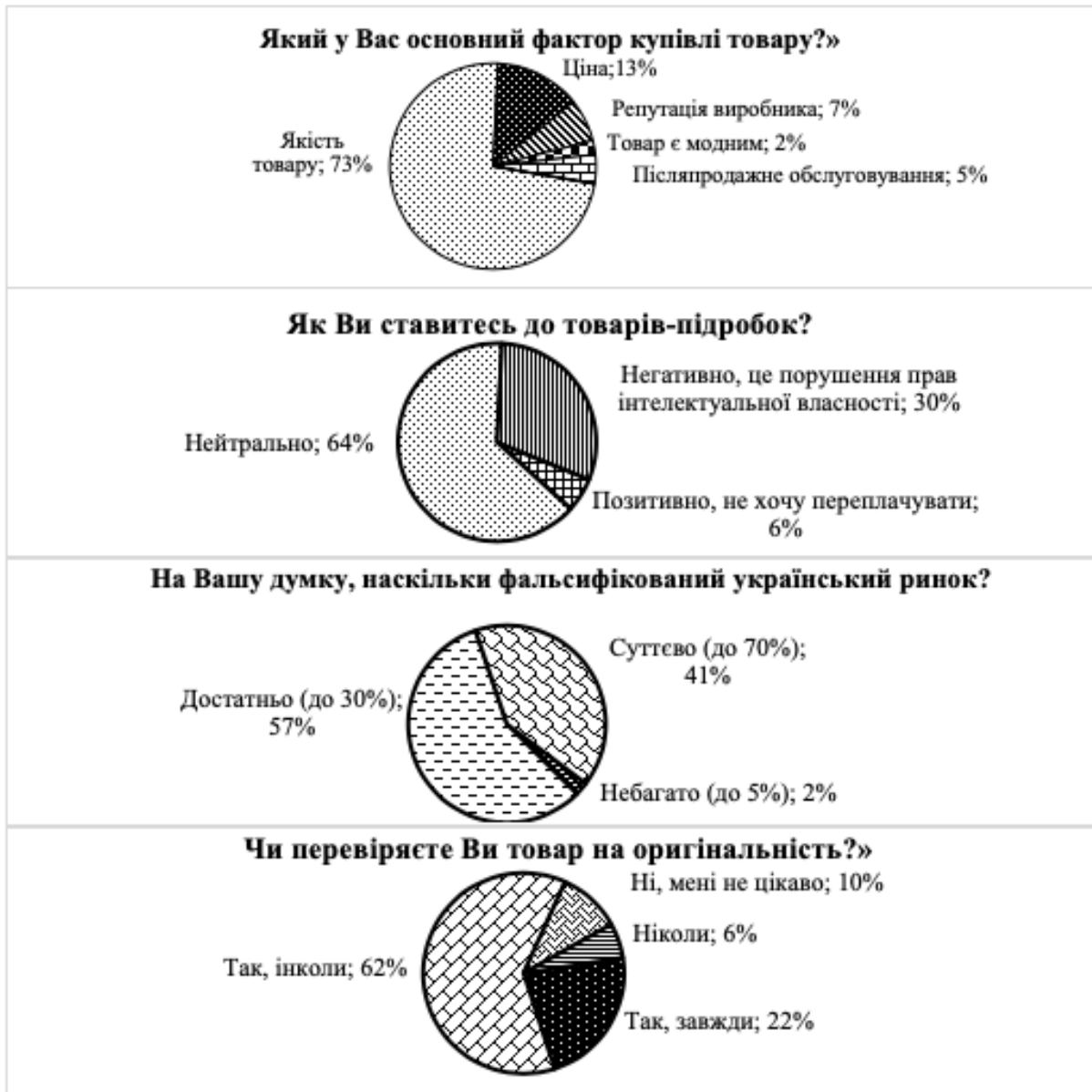


Рисунок 1 - Результати розподілу відповідей на питання анкети

Джерело: розроблено авторами

Коли споживачі не в змозі відрізнити справжні товари від підроблених, такі приховані підробки підривають здатність товарних знаків служити ідентифікатором

товарів на ринку. У свою чергу, необізнаний покупець, купивши підробку, отримує товар, якість якого нижча, ніж він очікував, і, можливо, нижча, ніж та якість, за яку він був би готовий заплатити [19]. Приховані підроблені товари можуть призводити до негативних зовнішніх наслідків, а саме: нести ризики для здоров'я і безпеки (наприклад, якщо лікарський препарат не містить відповідну активну речовину, або якщо в результаті установки дефектних запасних частин на транспортний засіб відбувається аварія).

Всесвітня організація інтелектуальної власності виділяє також і явні підробки, коли споживачі цілеспрямовано здійснюють купівлю неоригінального товару задля отримання переваги, що пов'язана з цінністю іміджу. Тобто людина може вдавати, що володіє справжнім брендовим товаром, коли показує цей товар оточуючим для демонстрації достатку і статусу [19]. Це явище добре відомо: часто розкішні товари купуються лише для того, щоб сигналізувати про соціальний статус, а не через фактичну корисність товару. У цих випадках ТМ та її репутація – іншими словами, дефіцит, ексклюзивність, імідж чи престиж - самі по собі стали товарами, відмежованими від основного продукту. За словами відомого економіста Френка Шехтера: «Сьогодні торгова марка це не просто умовне позначення кращого, але часто найефективніший агент для створення хорошої відмінності товару, яка накладає на думку громадськості анонімну та безособову гарантію задоволення, створюючи бажання подальших задовольень. Марка фактично продає товар. І, очевидно, що чим відмітніша марка, тим ефективніше її продажна сила» [9].

Внаслідок зростання кількості споживачів, які купують товар-підробку, знижується цінність іміджу ТМ. Оскільки підробки підривають цінність бренду, можна очікувати, що і безпосередній вплив на інновації компанії буде негативним: зниження продажів і ринкової частки знижує можливості власників брендів по вкладенню коштів в інновації.

Цікавою є класифікація підробок, яку навів у своєму дослідженні французький економіст Андре Леруа [7]. Він визначає два типи подібності: буквальна схожість і семантична схожість. Буквальна схожість є функцією загальних особливостей сприйняття. Семантична схожість спирається на основне значення, тему або стиль, отримані з особливостей, що відносяться до сприйняття, наприклад, альпійська тема шоколадки Milka. Леруа запропонував варіації в площині вираження «торгова марка і зовнішній вигляд товару», що призводять до модифікацій у площині основного змісту та на різних рівнях підробки (табл.2).

Таблиця 2

Типологія форм та способів підробки та імітації за А. Леруа [7]

Характеристики логотипу: торгова марка	Характеристики зовнішнього вигляду товару: дизайн або упаковка		
	Ідентична (без змін)	Аналогічна (незначна зміна)	Різна (значна зміна)
Ідентична (без змін)	1.Справжній товар, точна копія	2.Імітація з високою схожістю	3.Імітація з низькою подібністю
Аналогічна (незначна зміна)	4. імітація високої подібності	5.імітація середньої подібності	6. імітація низької схожості
Різна (значна зміна)	7. Імітація низької подібності	8. Імітація низької подібності	9. Немає подібності

Для підвищення обґрунтованості впливу буквальної і семантичної схожості було проведено експериментальне дослідження серед 25 респондентів віком від 17 до 45

років. Для кожного класу основних підробок було обрано провідні ТМ в рамках категорії товару:













- електроніка: MP3 / MP4 зчитувачі – Apple iPod MP3;
- безалкогольні напої: енергетичні напої – Red Bull;
- парфумерія: жіночі парфуми – Calvin Klein One;
- товари для догляду за тілом: гель для душу – Sanex.

Бренди були підібрані таким чином, щоб охоплювати різні ступені типовості бренду в категорії товару та проаналізувати вплив імітацій на кожен найбільш популярний сегмент підробок. Apple iPod та Coca-Cola є лідерами у межах своєї товарних категорій, тому повинні проявляти високу типовість бренду. Гель для душа Sanex та парфуми СК One – це більш світські бренди в межах своєї товарної категорії, і тому повинні мати низьку типовість бренду.

Після вибору товарів було проведено маніпуляції в найменуванні (позначенні) ТМ та зовнішньому вигляді виробів. Так, для Apple iPod був обраний інший корпус, а для парфумів і гелю – інший тип флакону. Подібні маніпуляції було виконано і з позначеннями ТМ. Наприклад, марку СК One було змінено на KC2, у інші назви теж були внесені зміни, але які б не відрізняли їх суттєво від оригінальну (табл.3).

Таблиця 3

Зміни назви ТМ та зовнішнього вигляду обраних товарів (експеримент)*

Назва ТМ товару	Оригінальний товар	Змінена назва ТМ	Змінено зовнішній ВИГЛЯД
Apple iPod			
Calvin Klein One			
Red Bull			
Sanex			

* Джерело: розроблено авторами

Кожен респондент оцінював за семибальною шкалою подібність товару-підробки із оригіналом (1:схожі – 7:різні). Питання було поставлено наступним чином: «На Вашу думку, в якій мірі даний товар подібний, порівняно з назвою ТМ/зовнішнім виглядом торговельної марки X (СК One, Apple iPod, Red Bull, Sanex)?». Результати опитувань були проаналізовані і середні значення оцінок занесені до табл.4.

Таблиця 4

Результати оцінювання подібності оригінальних товарів з підробками*

Ознака	Оригінал – змінена назва	Середнє значення оцінки
Торговельна марка	iPod–Нурар	1,91
	СК One–КС2	1,63
	Red Bull–Gold Cow	2,18
	Sanex–So Doux	3,44
Зовнішній вигляд товару	СК One	2,35
	iPod	5,32
	Red Bull	4,14
	Sanex	4,22

*Джерело: розроблено авторами

З даних таблиці 4 бачимо, що буквальна і семантична схожість суттєво впливають на вибір споживача, а маніпуляції над ТМ та зовнішнім виглядом товарів були успішними. На підставі результатів оцінки респондентами можна зробити висновок, що в більшій мірі на складність ідентифікації підробленого товару від оригінального впливає семантична схожість. Крім того, позначення ТМ є основним сигналом в оцінці бренду й істотно впливає на його цінність. Середнє значення оцінки при зміні найменування ТМ ближче до 2, тобто споживачі оцінили справжній і підробний товари як схожі. Можна припустити, що покупці не завжди можуть враховувати всі ознаки достовірності ТМ, елементи дизайну надписів, їх точне розташування. Тому існує висока ймовірність, що споживачі можуть придбати товар-імітацію. Зміна зовнішнього вигляду товару викликала більшу недовіру в оригінальності товару, і респонденти оцінили нові упаковки як підробки. Враховуючи вище наведене, зроблено висновок: виробникам завжди необхідно інформувати споживачів про зміну зовнішнього вигляду товару чи проведення ребредингу і більше використовувати рекламні, пропагандистські методи для поширення інформації про елементи дизайну ТМ – кольори, гасла, шрифт надписів, їх точне розташування тощо.

Дане дослідження доводить - якщо виробник буде застосовувати невчасно, неправильно або не в повному обсязі антипаразитні заходи для уникнення проблем з підробками, подальша цінність бренду буде розвиватися за одним і наступних сценаріїв: помутніння, знецінення або паразитизм.

1. Помутніння (розмивання). Широке використання відомого або добре відомого товарного знаку згодом послабляє відмінну рису товарного знаку, і в решті решт, споживачі більше не зможуть ідентифікувати продукт і торговельну марку так швидко, як раніше. З точки зору економічних показників компанії залежність така: зменшення відмінностей торговельної марки призводить до збільшення витрат на пошук споживачів і реалізацію товару. Цілком зрозуміло, що запобігання розмиванню має на меті уникнути виникнення негативного зовнішнього впливу. Однак, оскільки кінцевий збиток буде завдано в майбутньому, цей вид зовнішнього впливу має динамічний ефект.

2. Знецінення (деградація). Випадки знецінення торговельної марки пов'язані з негативними асоціаціями у споживачів внаслідок попереднього використання підробки з невідповідною якістю. Крім того, типові приклади такої ситуації спостерігаються зі сторони конкурентів, які посилаються на ТМ у недоброзичливому або сумнівному контексті, а також спотворюють інформацію. Деградація впливає на ринкове положення компанії поступово і довготривало.

3. Неправомірне привласнення (паразитизм). Даний сценарій включає випадки, коли конкурент використовує ексклюзивність, дефіцит або престиж ТМ. Як правило, існує два варіанти: у першому - конкурент порівнює торговельну марку або фірмовий продукт зі своїм власним продуктом, щоб передати цінність, наприклад, свій вияв ексклюзивності або престижу. У цьому випадку посилення безпосередньо спрямовано на «особливість бренду». У другому варіанті посилення на торговельну марку робиться просто для привернення уваги споживачів. Цей випадок передбачає більш поверхневу експлуатацію цінності конкурента для покращення функції визнання. Наприклад, порівняльна реклама – це засіб, за допомогою якого виробники на одному ринку можуть визначати відмінності або схожість між товарами своїми та конкурентів [10].

Для уникнення негативного сценарію розвитку компаніям-правовласникам ТМ пропонується розробляти власний комплекс дій з охорони та захисту ТМ. Запропонований авторами алгоритм включає традиційні та інноваційні способи охорони і захисту ТМ від «паразитичного маркетингу». Він включає такі кроки:

1. *Регістрація ТМ* – обов'язковий крок (окрім добре відомих знаків) - процедура отримання охоронного свідоцтва на ТМ як об'єкт інтелектуальної власності, що знижує ризики неправомірних дій.

2. *Більш широке використання пропагандистських методів в рекламі* – роз'яснювальна робота і поширення інформації із акцентом на елементах ідентифікації торговельних марок (символи, текст, шрифт, кольори, дизайн, гасло тощо) - задля підвищення рівня обізнаності споживачів і зниження ризику підробок.

3. *Захист ТМ через аутентифікацію продукту*. Аутентифікація продукту може здійснюватися через теги на упаковці товару або теги всередині самого продукту. Перевірка автентичності упаковки включає QR-коди, які можна сканувати для перевірки оригінальності. Теги можуть бути додані до харчових, фармацевтичних продуктів, палива й іншої продукції.

4. *Захист ТМ за допомогою вимірювання та тестування*. Фірми, що застосовують захист ТМ, забезпечать можливість їх відстеження та ідентифікації на кожному етапі ланцюга поставок. Штрих-коди, унікальні номери продукції та мітки автентичності продукції допомагають фірмам простежувати кожен свою продукцію на кожному етапі процесу виробничого та постачального ланцюгів. Методи ідентифікації товару дозволяють фірмам видаляти підроблені товари, виявляти вразливі зони в ланцюзі поставок та запобігати рецидивам у майбутньому.

5. *Захист ТМ через спеціалізовані фірми*. Підприємства можуть заключити угоду із спеціалізованими фірмами, що мають досвід захисту бренду. Вони зможуть визначити слабкі сторони щодо захисту бренду в процесах фірми, ланцюжку поставок або навіть у країнах, в які поставляється товар. Фірми із захисту торговельних марок пропонують цілий спектр найновіших методів захисту торговельної марки, включаючи аудит відповідності, маркування товару для покупців, перевірку товару невидимими тегами.

6. *Захист ТМ через ліцензування продукції*. Щоб максимізувати потенціал бренду, власники брендів можуть надати іншим дозвіл на використання їх бренду через ліцензію на продукт. Наприклад, ліцензія компанії Walt Disney Company (надання дозволу) третім

особам використовувати свої фірмові твори (наприклад, персонажі з фільмів «Вінні-Пух» або «Міккі Маус») на асортименті товарів. Компанія-ліцензіат повинна жорстко контролювати виробничі лінії компаній, яким надано дозвіл на виробництво, з метою запобігання перевиробництва товарів і продажу додаткових одиниць товарів на ринку. Якщо третя сторона несе відповідальність за виробництво продукції (або надання послуг) від імені фірми, остання повинна контролювати процес, визначаючи спосіб виробництва (або надання).

В залежності від особливостей галузі та фінансових можливостей компанії слід зареєструвати ТМ та обрати один із запропонованих способів захисту ТМ, або використовувати їх у комплексі задля підвищення ефективності антипаразитних дій та підвищення конкурентоспроможності.

Висновки. Отже, за даними значної кількості зарубіжних та вітчизняних джерел, у світі високими темпами поширюється таке явище як «паразитичний маркетинг». Поява інноваційних, нетрадиційних маркетингових інструментів, недосконалість міжнародної і національних систем захисту прав ІВ, низька ймовірність доведення неправомірних дій конкурентів і притягнення їх до відповідальності, низка інших сприятливих факторів обумовили появу і стрімке поширення цього явища.

Власників ТМ, які ігноруватимуть необхідність запровадження комплексу антипаразитних дій, чекатимуть втрати економічного і репутаційного характеру, розвиток подій за одним з негативних сценаріїв - помутніння, знецінення або паразитизм.

Результати проведеного дослідження методом опитування (анкетування) дозволяють зробити висновки, що переважна більшість співвітчизників усвідомлюють високий рівень фальсифікації українського ринку товарів і послуг. Але лише третина опитаних вважає підробку ТМ порушенням прав інтелектуальної власності і прагне перевіряти товари на оригінальність. Більшість споживачів ставиться до товарів-підробок нейтрально або навіть позитивно. Низький рівень обізнаності у справах інтелектуальної власності, поінформованості про оригінальні позначення ТМ, правові аспекти порушення прав і можливі наслідки вживання товарів-підробок для життя і здоров'я – створюють умови для поширення «паразитичного маркетингу».

Проведення маніпуляцій (у ході другого дослідження) над зовнішнім виглядом товару та назвою (позначенням) ТМ, аналіз результатів оцінки респондентів показав, що саме назва бренду є основним сигналом до здійснення покупки. Респонденти показали достатньо низький рівень ідентифікації ТМ і виявлення підробок, що створює умови для високого ризику купівлі товарів-підробок. Зміна зовнішнього вигляду товару меншою мірою викликає довіру серед споживачів, і вони переважно оцінюють товар у новій упаковці, як підробку. Тому виробникам завжди необхідно повідомляти споживачам про зміну зовнішнього вигляду продукції чи проведення ребрендингу. А для запобігання втрати сегменту ринку та «своїх» споживачів - компаніям-правовласникам ТМ слід спрямувати свою увагу на трьох напрямках: дослідження факторів споживчого вибору; дослідження факторів ризику появи товарів-підробок; формування власного комплексу заходів, спрямованих на охорону і захист ТМ від «паразитичного маркетингу» на основі представленого алгоритму: *реєстрація ТМ – більш широке використання пропагандистських методів – захист ТМ через аутентифікацію продукту – захист ТМ за допомогою вимірювання та тестування – захист ТМ через спеціалізовані фірми – захист ТМ через ліцензування продукції*. Власник ТМ може обрати один або декілька кроків алгоритму у комплексі – для зниження ризику впливу «паразитичного маркетингу» та забезпечення конкурентоспроможності.

Перспективи подальших досліджень. Постійна увага до існуючої цільової аудиторії та потенційних споживачів, вивчення споживчої поведінки, факторів, що впливають на споживчий вибір, - необхідна умова маркетингової діяльності. Поява нових маркетингових інструментів просування товарів та послуг вимагає постійного їх дослідження – як з метою удосконалення власної маркетингової політики, так і для вчасного реагування на факти недобросовісної конкуренції. Важливим і актуальним є подальший аналіз ступеня втрат від «паразитичного маркетингу» та впливу на економічні показники та ринкове становище підприємств-лідерів у різних галузях економіки України, а також розробка ефективних новітніх способів їх охорони і захисту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богач Ю.В. Способи захист торгових марок від «паразитичного» використання / Ю.В. Богач / Вісник Національної Академії правових наук України. – 2018. – №1. – С. 13-28
2. Коваленко Т.В. Торговельна марка і авторське право / Т.В. Коваленко // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2016. – No 4. – С. 51–58.
3. Степаненко С. В. Управління торговельними марками: боротьба з паразитизмом / С. В. Степаненко // Журнал європейської економіки. – 2014. – Vol. 13. – No 1. – С. 80–93.
4. Швець, Г. О. Недобросовісна конкуренція в сфері інтелектуальної власності / Г. О. Швець, К. М. Гаргала // Вісник Приазовського державного технічного університету : зб. наукових праць / ПДТУ. – Маріуполь, 2016. – Вип. 31, Т. 1. – С. 267–271. – (Серія : Економічні науки).
5. Wilson J.M. Brand Protection 2020: Perspectives on the Issues Shaping the Global Risk and Response to Product. – Center for Anti-Counterfeiting and Product Protection Backgrounder Series. Lansing, MI: Michigan State University, 2015. – 36 p.
6. Park K. Ambush marketing: when sponsors cry “foul”. - WIPO Magazine, 2019. – No 1. - Available at: https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2019/02/article_0004.html
7. Roux A. Brand typicality impact on brand imitations evaluation and categorization. – Journal of Product and Brand Management, 2016. – Vol. 25 Iss 6 P. 600-612.
8. Devin R. Resai, From Trademarks to Brands, 64 Fla. L. Rev. 981, 2012. – Available at: <http://scholarship.law.ufl.edu/flr/vol64/iss4/5>
9. Frank I. Schechter, The Rational Basis of Trademark Protection, 40 Harv. L. Rev. 813, 825, 1926-1927.
10. Hogg L., Hogg G., Hart S. Fakin’ It: Counterfeiting And Consumer Contradictions // European Advances in Consumer Research / Ed. by D. Turley, S. Brown. Vol. 6. Provo, UT: Association for Consumer Research, 2003. – P. 60–67.
11. Цивільний кодекс України, Верховна Рада України, від 16.01.2003 № 435-IV (із змінами і доповненнями) [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/t030435?an=1859&scop=345464&fcop=3458>
12. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» за станом на 23 груд. 1993 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Київ, 1993. – 18 с.
13. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції»: за станом на 12 лист. 2019 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Київ: Урядовий кур’єр, 2019. – 165 с.
14. Коросташовець А. Паразитический маркетинг или как бесплатно «засветить» бренд во время мероприятий [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://mmr.ua/show/-paraziticheskij-marketing-ili-kak-besplatno-zasvetit-brend-vo-v/20224>

15. Sandler D.M., Shani D. Olympic Sponsorship vs. «Am- bush» Marketing: who gets the Gold? Journal of Advertising Research, August/September 1989, Cambridge University Press. — P. 9–11.
16. Котьяк Е. Паразитический маркетинг – это маркетинг малых затрат [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <https://marketing.by/mnenie/paraziticheskiy-marketing-eto-marketing-malykh-zatrat/>
17. Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications (SCT) [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <https://www.wipo.int/policy/en/sct>
18. Трембовецька Т. Відмінності при реєстрації торгової марки у світі [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <https://blog.brandstock.com>
19. Звіт про стан інтелектуальної власності у світі у 2013 р. [Електронний ресурс]/ Режим доступу: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/wipo_pub_944_2013.pdf
20. Офіційний сайт Європейської Бізнес Асоціації [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <https://eba.com.ua>
21. Protecting brands from product counterfeiting, 2017. – Available at: https://legacy-uploads.ul.com/wp-content/uploads/sites/40/2017/07/Whitepaper_Counterfeiting_Final_digitalv2.pdf
22. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
23. Онлайн-форма опитування для виявлення відношення українців щодо товарів-підробок/імітацій [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <https://forms.gle/aqKNJjJMAadvzT9s5A>
24. Global Brand Counterfeiting Report 2018-2020 [Електронний ресурс]/ Режим доступу: https://www.researchandmarkets.com/research/hzjb9c/global_brand?w=4

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.9

Буряк Є.В., к.е.н, доцент кафедри менеджменту Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ГЕНЕЗИС СУСПІЛЬНОГО ПРОГРЕСУ ТА ТЕОРІЯ ІНТЕГРАЦІЇ: ЗНАННЯ В ПЕРСПЕКТИВНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА РЕГІОНІВ

Статтю присвячено актуальним теоріям інтеграції, що відповідають руху суспільного прогресу, формують новітнє бачення змін підприємств, регіонів, країн. Окреслено особливості взаємодії руху суспільного прогресу та розширення досліджень інтеграційних процесів та явищ. Надано авторського бачення проявам економічної інтеграції в змінах господарювання та забезпечення життєдіяльності. Окреслено дію сил інтеграції в сучасному баченні генезису суспільного прогресу. Охарактеризовано низку змін, що відбуваються в інформаційному суспільстві та мають в основі інтеграційні тенденції.

Ключові слова: теорія інтеграції, інтеграція, економічна інтеграція, інтеграційні процеси, інтеграційна діяльність, міжнародна інтеграція, регіон.

Рис. - 2, Табл. - 1, Літ. - 14.

Буряк Е.В.

ГЕНЕЗИС ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОГРЕССА И ТЕОРИЯ ИНТЕГРАЦИИ: ЗНАНИЕ В ПЕРСПЕКТИВНОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ И РЕГИОНОВ

Статья посвящена актуальным теориям интеграции, что соответствуют движению общественного прогресса, формируют новейшее видение изменений предприятий, регионов, стран. Определены особенности взаимодействия движения общественного прогресса и расширения исследований интеграционных процессов и явлений. Предоставлено авторское видения проявления экономической интеграции в изменениях хозяйствования и обеспечения жизнедеятельности. Определено действие сил интеграции в современном видении генезиса общественного прогресса. Охарактеризован ряд изменений, что происходят в информационном обществе и имеют в основе интеграционные тенденции.

Ключевые слова: теория интеграции, интеграция, экономическая интеграция, интеграционные процессы, интеграционная деятельность, международная интеграция, регион.

Buryak Y.

GENESIS OF SOCIAL PROGRESS AND INTEGRATION THEORY: KNOWLEDGE IN THE PERSPECTIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES AND REGIONS

The article is devoted to the current theories of integration, corresponding to the movement of social progress, form the newest vision of changes in enterprises, regions, and countries. The peculiarities of the interaction of the movement of social progress and the expansion of studies of integration processes and phenomena are outlined. The author's vision of economic integration in the changes of economy and providing of vital activity is given. The effect of the forces of integration in the contemporary vision of the genesis of social progress is outlined. A number of changes that take place in the information society and which underlie integration tendencies are characterized.

Keywords: integration theory, integration, economic integration, integration processes, integration activities, international integration, region.

Актуальність теми дослідження. Суспільний прогрес та різновекторні прояви проблем та стрімких змін сучасності зумовлені великою кількістю проявів та процесів нерівномірного економічного, соціального, технологічного та культурного розвитку. Більшість зрушень в світовому економічному просторі пов'язані з неконтрольованими інтеграційними процесами, що порушують стійкість та стабільність функціонування економічних систем – країн, регіонів, галузей та ринків, підприємств. Виникає велика кількість новітніх проявів інтеграції на основі економічного прогресу, інтересів бізнесу, змін конкурентних відносин у вигляді – кластерів, мереж, асоціацій та інших форм.

Економічна наука та її течії виокремлюють в самостійний напрям досліджень теорію інтеграції, як важливий та перспективний з позиції сучасних потреб регулювання розвитку монополій, транснаціональних корпорацій, великих міст, регіональних об'єднань країн.

Своєрідність суспільного розвитку та руху людства до інформаційної епохи особливої уваги привертає до таких процесів як глобалізація, інтернаціоналізація, єдиний світовий інформаційний простір. Саме фундаментом та передумовою такого руху постає економічна та соціальна інтеграція, як прояви життєдіяльності, активної співпраці господарюючих суб'єктів. Нехтування знаннями теорії та методології економічної інтеграції, невизначеність особливостей та течій соціальної консолідації уповільнюють рух суспільного прогресу країн, формують зони конфліктів в заходах регуляторного впливу на розвиток кластерів та мереж, обмежують спільні проекти влади та бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теорія інтеграції все більше набуває свого значення, системного поширення на діяльність підприємств, цільову політику регіональної та державної влади, міжнародні інституції.

Становлення сучасної теорії економічної інтеграції пов'язано з розробками Б.Баласса (визначення основних етапів розвитку економічної інтеграції), [1, ст. 124] Дж. Вайнера та Д.Міда (теорія митних союзів), Р.Мандела (теорія оптимальних валютних зон) тощо. Пропозиція Б.Баласса розглядати інтеграцію як процес, що передбачає заходи які поступово знищують дискримінацію між господарюючими одиницями, що мають різну державну приналежність наразі є актуальною. Він систематизував основні етапи економічної інтеграції : зона вільної торгівлі, митний союз, спільний ринок, економічний союз, повна економічна інтеграція [2].

Концептуальні основи теорії міжнародної інтеграції сформовано науковцями з світовим ім'ям - К.Мейером, Г.Мюрдалем, Ж.Моне, П.Робсоном.

Основні первинні положення теорії інтеграції закладено німецькою науковою школою (1920-1930рр.), надано визначення категорій, окреслено первинні процеси та закономірності відповідного знання (науковці - Б.Баласс, Дж. Вайнер та ін.) . Саме поняття інтеграції науковці починають виокремлювати, визначати функціональне навантаження та прояви, аналізувати, що було обумовлено формуванням новітньої для того часу моделі капіталізму – монополістичної.

Наступним етапом та поширенням знання щодо інтеграційних процесів постає вивчення інтеграційних форм підприємств, розширення оцінок світових ринків за рахунок діяльності транснаціональних корпорацій. Транснаціональні корпорації отримують своє визнання як складно інтегровані структури, що мають унікальні властивості, низку недосяжних для більшості підприємств конкурентних переваг.

Посилення позицій таких компаній в світі відбувається гіперактивно починаючи з 1930-1945рр. Відповідно розробляється велика кількість теорій, що вивчають та удосконалюють діяльність ТНК.

Виникає та оформлюється самостійна наукова школа міжнародної економічної інтеграції, яка відповідає потребам стрімкого розвитку світових ринків. Самостійною складовою стає теорія транснаціональних компаній (ТНК), що у своєму розвитку поширюється на дослідження руху капіталів та фінансових ринків.

Теорія ТНК має тривалий час свого формування та визнання, вона бере свої витoki з активної позиції критики монополій, олігополій, транснаціональної влади. Лише з часом з'являються праці присвячені новітньому баченню перспектив та переваг великих корпорацій з позиції – інтересів країн, галузей, регіонів; інноваційного та інвестиційного прогресу. На основі системного поєднання теорій та різноманітних положень практики П.Баклі розробив теорію міжнародного бізнесу, яка має і сьогодні великі перспективи в розширенні знань економіки та менеджменту, обґрунтування економічної природи процесів транснаціоналізації та інтернаціоналізації бізнесу. Самостійне позиціонування отримали напрями знань – монопольної ринкової влади (С. Хаймер), монополістичних переваг великого транснаціонального бізнесу (Е.Чемберлін), теорії інтернаціоналізації бізнесу М.Кесон, А. Рагмен), інновації та транснаціональні корпорації (Й. Шумпетер); стратегії та позиціонування на ринках монополій (М.Портер), оцінка умов та особливостей фінансової транснаціоналізації (Дж. Метьюс), українська наукова думка представлена напрацюваннями – Л.Безчасного, В.Будкіна, І.Лукінова, Ю.Макогона, О.Підчоса, С.Соколенка.

Міжнародну економічну інтеграцію, її зміни та вектори розвитку вивчають та обґрунтовують з позиції інтересів нашої країни видатні науковці - І.Буркінський, М. Згуровський, А. Гальчинський, І.Соколенко.

Теоретичні основи розвитку глобальної інтеграції, методологію відповідного дослідження та перспективність окремих напрямів розвитку світового економічного простору в умовах інформаційного прогресу та інформаційного суспільства розглянуто у наукових напрацюваннях Р. Арона, Д. Белла, І. Валлерстайна, Дж. Гелбрейта, М. Кастельса, Т. Левітта, Дж. Сороса, Е. Тоффлера, Ф. Фукуями та інших видатних вчених з світовим ім'ям. Науковці доводять та обґрунтовують, що дія інтеграції в процесі господарювання, суспільного відтворення має свої генетичні риси та створює – цивілізації.

Окремим питанням глобальної регіоналізації, пріоритетам та змінам інтеграції, дослідженню прогресу територій в площині системності та активного просування стандартів інформаційного суспільства присвячено наукові праці С. Бресліна, Дж. Бхагваті, У. Ваннопа, Е. Венайблза, У. Ізарда, Ю.Канигіна, М. Кітінга, Г.Почепцова, Р.Флоріда, А. Хааса та інших.

Інтеграційні процеси в інформаційному суспільстві змінюють свій вектор з простого розуміння поєднання виробництв, ресурсів, технологій, знань до розуміння планетарної єдності інформаційного поля, первинності інформації в прийнятті рішень, уваги до соціальних та соціокультурних змін.

Новітнім напрямом досліджень теорії постає активна інтеграція та співпраця бізнесу, влади, населення на основі регіональної та галузевої кластеризації, що окреслює контури майбутньої кластерної економіки. Дослідженням процесу кластеризації на регіональному рівні присвячені праці науковців – М.Портера, М. Енрайта, Б.Лундвала, Е.Фезера. Так М.Портер наголошував, що теорія кластерів поширюється на діяльність підприємств, а регіони в такому конкурентному стані не повинні знаходитися. І саме

М.Енрайт переніс сфери досліджень кластероутворення на регіони та довід тезу що конкурентні переваги фірм формуються на регіональному (локальному) рівні та безпосередньо залежать від стану ділового середовища.

Українська школа регіоналістики щодо досліджень новітніх інтеграційних форм кластероутворення, мережевого бізнесу представлена провідними фахівцями – О.Амошою, Л.Батченко, О.Захаровою, В. Захарченко, Д.Солохою, С.Соколенко, О.Фінагіною.

Мета статті. Дослідження генезису суспільного прогресу та теорії інтеграції в контексті знань та перспектив розвитку підприємств та регіонів.

Основна частина. Процес інтеграції постає невід'ємною складовою розвитку людської цивілізації та стає особливо актуальним за часи формування та розквіту капіталістичної системи організації господарства, як фундаменту сучасної ринкової економіки.

В системі знань сучасної теорії інтеграції дослідниками надано велику кількість актуальних визначень інтеграції що відображають її різноманітність та впливовість на предмет досліджень, відображення зав'язків процесів, формування новітніх явищ та управлінських рішень з позицій накопичення досягнень суспільного прогресу (табл. 1).

За всі часи існування людської цивілізації склалися найбільш характерні риси процесу інтеграції, як елементу активної життєдіяльності людини, визначимо їх з позиції сучасної економічної людини:

процес інтеграції існує стільки скільки існує людство та має сфери дії – економічну, соціальну, культурну, технічну, наукову та інші;

сама інтеграція як явище має свої внутрішні та зовнішні прояви інтеграції та дезінтеграції (інтеграція та дезінтеграція неможливі одна без іншої);

закони та закономірності інтеграції забезпечують дію цивілізаційних зрушень, формують передумови революційних та еволюційних змін;

кожне явище, що в подальшому буде визнано як інтеграція має свої передумови виникнення та прояви розвитку пов'язані з відтворенням людської діяльності та відповідно є складовими соціального та економічного розвитку;

кожен елемент людської діяльності, узагальнене бачення відтворення людини в природі та соціумі є складовою інтеграції в парадигмі відносин «людина-природа-процес відтворення-комунікації-спілкування»;

інтеграційні процеси є обов'язковою умовою суспільного прогресу людства та забезпечують формування – суспільної праці, підприємств, галузей, селищ та міст, країн та імперій;

узагальнене бачення інтеграції людської діяльності складне, багатовимірне, динамічне, має генетичне коріння;

найбільш дослідженою складовою узагальненого процесу інтеграції постає економічна інтеграція як передумова та процес розвитку людської діяльності;

сучасна соціокультурна векторність розвитку людства формує зацікавленість в поширенні, глибинності дослідження інтеграції з позиції – інформаційної, інноваційної, культурної, просторової складових;

визнаними формами та наслідками генетичного, комплексного розвитку інтеграційних процесів нашої цивілізації стають – глобалізація та інтернаціоналізація, як результат прагнень людства до найвищих результатів економічної та політичної діяльності;

найбільш дослідженими в наукових працях філософів, політологів, економістів постають процеси політичної, територіальної, економічної інтеграції, як найвпливовіші

на зміни мапи світу, відтворення великого та транснаціонального бізнесу, рух міжнародних капіталів, інститутів світової та національної влади.

Таблиця 1

Актуальні визначення інтеграції та інтеграційних процесів в генетичній послідовності виникнення

Послідовність	Назва категорії (процесу)	Сутнісна характеристика
Первинне визначення є основою подальших дефініцій	Інтеграція	Це процес розвитку системи, у результаті чого виникає вища, головна інтегральна якість, цілісність або органічна цілісність. Тобто інтеграція виражає динаміку системи – цілісність, результат руху. [14, ст.. 16-19]
		Термін «інтеграція» походить від латинського integer і означає: а) стан пов'язаності окремих диференційованих частин в ціле; б) процес відновлення цілісності, взаємного зближення і утворення взаємозв'язків, який призводить до такого стану [9, ст.. 133]
Є результатом визначення та дослідження процесу інтеграції підприємств, галузей	Економічна інтеграція	Це процес економічної взаємодії країн, що приводить до зближення господарських механізмів, який приймає форму міждержавних угод і узгоджено регульований міждержавними органами [11].
		Особлива складна форма усупільнення праці та виробництва, якісно нова об'єднуюча структура із загальною цільовою функцією, що виникає на сучасному етапі продуктивних сил, які в умовах нової інформаційної хвилі НТР характеризуються активним застосуванням науки [6, с. 58]. Являє собою взаємодію економічних систем держав-учасниць з метою усунення дискримінацій між господарськими одиницями та створення якісно нової міжнародної економічної структури більш високого рівня за допомогою злиття суб'єктів що інтегруються, де економічна система є сукупністю взаємопов'язаних і упорядкованих елементів економіки, що утворюють економічну структуру суспільства [5].
Набувають свого визначення в складних ситуаціях та системних явищах, що потребують формалізації	Інтеграційні процеси	Інтеграційні процеси можуть бути наслідком самоорганізації суб'єктів економічної діяльності, а можуть виникати по ініціативі інвесторів, які мають надлишковий капітал. Таким чином, у процесі еволюції виникають різноманітні комбінації суб'єктів економіки, що відрізняються за рівнем вертикальної або горизонтальної інтеграції, функціональної і технологічної повноти, характеристикою внутрішніх зв'язків [7, ст. 91].
		Суттю ж інтеграційного процесу та його головною тенденцією є вихід за рамки простої координації політики включених у даний процес держав (як в економічній так і в політичній сфері) та поступова передача суверенітету новим комунітарним структурам [12, С. 54-61].
Набуває виокремлення та самостійного дослідження в умовах потреб оцінки та цільового регулювання	Інтеграційна діяльність	Сприяє з'єднанню частин в єдине ціле, задіяних при цьому механізмів, характеризується наявністю конкретних цілей, завдань та основних етапів. [10]
		Інтеграційна діяльність швидко поширюється і набуває різних організаційно-правових форм. Це зумовлено тим, що створення інтегрованих структур бізнесу є досить прибутковим підприємництвом, а в інтеграційних структурах завжди з'являються техніко-технологічні ніші, які заповнюють підприємливі науковці, інженери, менеджери, конструктори. Основною метою формування інтегрованих організаційно-правових структур є об'єднання різних видів потенціалів для ефективного управління потенціалом в цілому [4, ст.. 46-47].
Є найвищою формою та проявом інтеграційних процесів	Міжнародна інтеграція	Об'єктивний процес зближення країн світу та їхніх суб'єктів у всіх сферах людського життя на основі спільності загальнолюдських інтересів. Міжнародна інтеграція включає міжнародну економічну, політичну, культурну інтеграцію [3].
		Під міжнародною інтеграцією слід розуміти політико-економічний процес зближення та об'єднання держав з переплетінням їх економічних систем, з єдиною економічною політикою та наднаціональним політичним управлінням [8].

У чистому вигляді, відповідному до концептуалізації теорії економічної, політичної, соціальної інтеграції не існує, вона завжди має комплексну дію та різноманітні прояви – політичні, соціальні, культурні, територіальні, галузеві, ринкові. Також інтеграційні процеси досліджуються на мега-, макро-, мезо-, макрорівнях економіки (рис.1), що формує платформу активної взаємодії знань, можливість поєднання практик, досвіду.

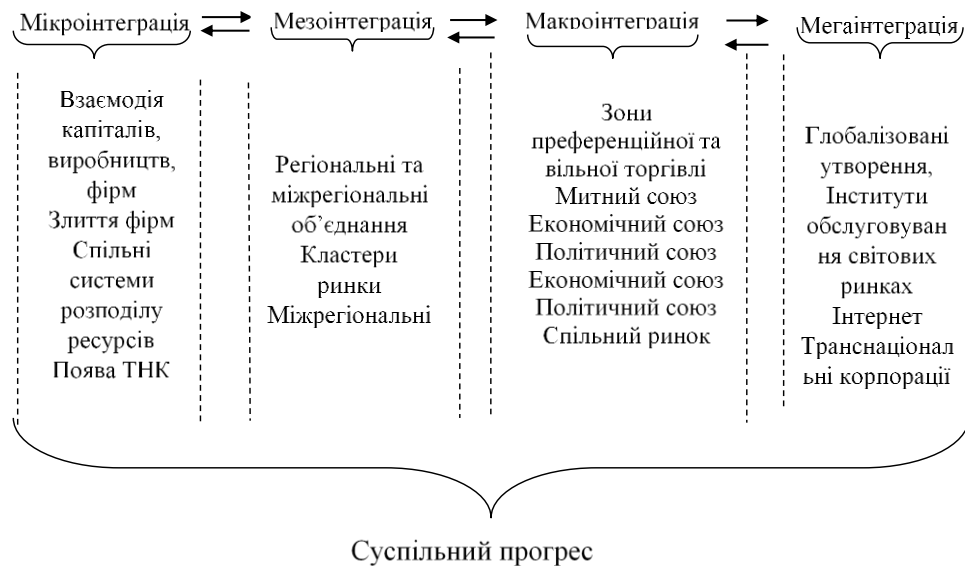


Рисунок 1 - Взаємопоєднання рівней, форм та типів економічної інтеграції

В теоретичному відображенні та практичному впровадженні інтеграційні процеси завжди мають загальну або локальну дію, формальні та неформальні прояви, позитивний або негативний вплив на явища та процеси людської діяльності. Саме інтеграція, як рушійна сила формує потенціал території: ресурсний, економічний, техніко-технологічний, інноваційний, людський. Саме потенціал регіонів вже постає реальним майбутнім міст, країн, континентів, світової економіки.

Дослідження рушійних сил, що сприяють формуванню конкурентних переваг та пояснюють нерівномірність економічного зростання регіонів, призвели до виникнення нової теорії регіонального розвитку - теорії кумулятивного зростання, яка увібрала в себе елементи теорії інноваційного розвитку та інституціональної теорії, протиставивши неокласичній моделі економічної рівноваги тези про поглиблення регіональних диспропорцій у процесі економічного розвитку. В основоположних працях кумулятивної теорії Г.Мюрдала «Економічна теорія і слаборозвинені регіони» (1957р.) та «сучасні проблеми «третього світу» (1972р.) та А. Хіршмана «Стратегія економічного розвитку» (1958р.) стверджується, що початкові переваги певних регіонів призводять до прискореного їхнього розвитку та, як наслідок, до ще більшого відставання нерозвинених регіонів. Проте, попри нерівномірність економічного зростання та неможливість повного вирівнювання економічного розвитку регіонів, авторами робиться висновок, щодо можливостей скорочення такого відставання завдяки державному втручанням та створенню точок (або полюсів) зростання [13]

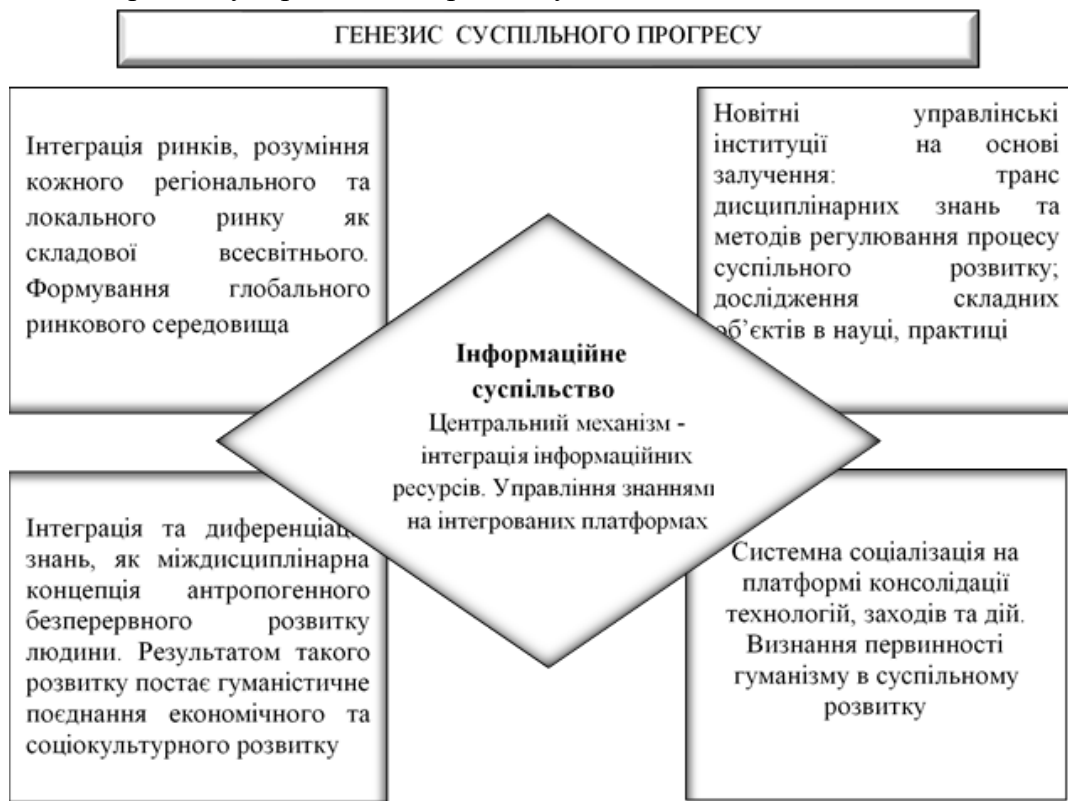
Особливої уваги потребує розуміння інтеграції як вже визнаного системного процесу відтворення людини; економічного процесу; функції менеджменту; системного

явища з позиції генезису розвитку бізнесу та національних, регіональних, галузевих ринків; формування та відтворення середнього та великого бізнесу; появи та поширенню транснаціональних капіталів; міжрегіональних об'єднань виробників, сфери послуг, банків та фінансової інфраструктури.

Такі процеси та явища потребують свого системного дослідження, наукового визначення, окремої уваги та зацікавленості влади, бізнесу в оцінці, виокремленні складових та впливових факторів, діагностуванні генетичності та інноваційності змін, явищ, потреб в консультуванні конфліктних станів.

Європейські дослідники з позиції накопичених знань теорії наголошують на необхідності визначати, досліджувати економічну інтеграцію не лише за типами та сферами дій, а ще й надавати оцінку з позиції негативної (так званої пасивної) та позитивної інтеграції. Такий підхід є домінуючим в умовах нарощення потенціалу інтеграції та його системному залученні з метою підвищення конкурентоспроможності європейських виробників на світових ринках, регулювання конкурентних відносин між регіонами Європи.

Суспільний прогрес у всьому його сучасному різноманітті проявів, відтворені цінностей забезпечений саме дією інтеграційних сил (рис. 2). Особливої яскравості інтеграційному руху, його посиленню придає узагальнене бачення інформаційного суспільства, тенденції його інтеграційних змін та розуміння своєчасності, необхідності, визначності принципу гармонійного розвитку людства.



Авторська розробка

Рисунок 2 - Дія сил інтеграції в сучасному баченні генезису суспільного прогресу

Інтегрування інформації на платформі вже визнаного та існуючого інформаційного суспільства виводить на перші шпальти питання інтегрування знань з центром пріоритетності, значущості антропогенних процесів, введення людини в центр процесу суспільного розвитку. Така думка не є новою, фундаментом філософського бачення

актуальності інтеграції знань посилюється науковим надбанням В. Вернадського, М. Бердяєва. Глобальні проблеми сучасності, стрімкість та одночасність інтеграційних та дезінтеграційних процесів передбачають залучення до мультинауковості гуманістичних теорій – соціології, психології, історії, культурології.

Стрімкість та плинність розвитку економіки, її залежність від міжнародної економічної інтеграції передбачає визначення, наукове обґрунтування характерних рис цього процесу, що постають особливо актуальним для країн що розвиваються: динамізм процесів інтеграції (особливо міжнародної та міжрегіональної), їх одночасно об'єктивність та внутрішньо логіка; різновекторність, тобто одночасно економічна інтеграція в більшості випадків визиває як позитивні так і негативні наслідки (дисбаланс інтересів, порушує існування домовленостей); неконтрольованість, більшості процесів є проявами дії хаосу, нерегульованих явищ на ринках, домовленостей бізнесу та влади; нерівномірність розвитку та відповідність посилення асиметрії розвитку регіонів світу; одночасність дії інтеграційних та дезінтеграційних процесів, які мають, як спільні зони конфліктів так і особистісні закономірності, прояви економічного, політичного, демографічного та суто соціального характеру.

Усвідомлюючи різноманітність концепцій та економічної сутності міжнародної інтеграції, слід зазначити, що важливим імпульсом щодо її практичної реалізації є бажання країн мати більш високий рівень економічного розвитку, більш тісне співробітництво і взаємопроникнення національних господарств. Кожна держава має право вибору певної форми інформації, механізмів взаємодії їх економік при створенні торгових союзів. В подальшому і на сьогодні проблематика міжнародної економічної інтеграції є пріоритетною в дослідженні світової економіки, особливо в контексті глобалізаційних тенденцій [2].

Стрімкий розвиток та реформування економіки України супроводжується різновекторними процесами та явищами інтеграційного характеру. Актуальними для нашої країни постають питання інтеграції в європейський простір, внутрішня інтеграція виробників, соціальна консолідація суспільства в умовах російської агресії та ведення військах дій на Сході країни. Такі знання, що накопичені світовою наукою думкою на сьогодні формують платформу для прискореного інтегрування України в світовий економічний простір, визнання спеціалізації регіонів на європейських галузевих ринках, залучення актуального досвіду співпраці бізнесу та влади, всебічного відображення реального економічного потенціалу підприємств, регіонів, галузей. Інтеграційні процеси, явища, функції, відповідні показники активно змінюють картину, як сутнісних характеристик суспільного розвитку, національної економіки так безпосередньо підприємств та регіональних комплексів.

Висновки. Інтеграційні процеси на сьогодні: супроводжують реформи - світової економіки, національних господарських комплексів, світових, національних регіональних та галузевих ринків, груп підприємств; формують централізації, інтеграції, дезінтеграцію, модернізацію капіталів; змінюють карту регіонів та географічне розташування виробничих сил; формують інтеграційні моделі в науці, виробництві, сфері послуг, ринковому та соціальному середовищі; забезпечують зміни, злиття та поглинання в великому, середньому та малому бізнесі; надають пріоритетності діяльності підприємств з вектором диверсифікації; поєднують ресурси в новітніх моделях співпраці підприємств; формують новітні інтеграційні моделі економіки – ринкові, галузеві, мережеві, кластерні.

Дослідження теорій економічної інтеграції збагачує наукову думку, забезпечує залучення багатьох положень стосовно потенціалу розвитку підприємств, мережевих

утворень, поєднання дій та заходів влади та бізнесу формує новітні вектори розвитку української регіоналістики в умовах посилення світової конкуренції на глобальних та локальних ринках, інформаційного та інноваційного прогресу ТНК, нарощення потенціалу кластероутворення лідерів світового економічного прогресу.

Зміни, що притаманні не лише українській економіці, а й характеризують світове господарство з позиції пріоритетності, всеосяжності, впливовості процесів економічної інтеграції – глобалізації та економічної інтеграції, соціального прогресу потребують свого подальшого теоретичного обґрунтування та методологічного наповнення, залучення до практики регулювання складних інтеграційних процесів та явищ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Balassa V. The theory of Economic Integration. Homewood, 1961. – 304p.
2. Заяць О.І. Теоретичні основи міжнародної економічної інтеграції в умовах розвитку торгівельно-економічних відносин між країнами. Ефективна економіка. №10, 2013, Електронний ресурс: Режим доступу: URL <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2432>] (дата звернення: 05.12.2019)
3. Козик В. В., Панкова Л. А. "Світове господарство та міжнародні економічні відносини" Електронний ресурс: Режим доступу: osvita.ua/vnz/reports/international-relations/19192/ (дата звернення: 09.12.2019)
4. Маліцька Г.Г., Кутаренко Н.Я. Сутність та основи організаційно-правової форми інтегрованих бізнес-структур / Актуальні питання економічних наук м. Запоріжжя, 9-10 червня 2017 р. ст. 46-47
5. Міжнародні економічні відносини: підручник за ред. А.П. Голікова, О.А. Довгаль. – Х.:ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. – 464 с. електронний ресурс: Режим доступу: https://pidruchniki.com/85274/ekonomika/integratsiyni_protsezi_vpliv_sistemu_mizhnarodnih_ekonomichnih_vidnosin (дата звернення 08.12.2019)
6. Научно-производственная интеграция (Политикоэкономическое исследование) : Дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.01 / Елена Михайловна Коростышевская. – СПб., 1999. – 310 с.
7. Павлюк Є.О. Інтеграційні процеси в економіці: сутність та переваги / Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2013. – Вип. 1, ст.91
8. Приходько І. В. Теоретичні концепції міжнародної економічної інтеграції /економічний аналіз. 2015 рік. Том 19. № 1. Ст. 97
9. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 479 с.
10. Сєвідова І. О. Теоретичні аспекти розвитку агропромислового виробництва в умовах глобалізації економіки Електронний ресурс: Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5281> (дата звернення: 09.12.2019)
11. Тимочко Н. О., Пучко О. А., Рудомьоткіна Л. М. та ін. Економічна історія — К.: КНЕУ, 2000. — 268 с.
12. Філіпенко А. С. Міжнародна економічна інтеграція: сучасний теоретичний дискурс / А. С. Філіпенко // Науковий вісник Дипломатичної академії України. – 2016. – Вип. 23(3). – С. 54-61.
13. Шеченко А. Теоретико-методологічні основи формування кластерної моделі розвитку в економіці. Ефективна економіка. №12, 2014 Електронний ресурс: Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3662>
14. Яковлев И.П. Интеграция высшей школы с наукой и производством / Яковлев И.П. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1987. –126 с.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.10

УДК 331.522.4:[(1-4) + (4-0,1)]

Збрицька Т.П., к.е.н, доцент Одеського національного економічного університету

Сорока О.В., к.е.н, доцент Одеського національного економічного університету

ВПЛИВ СТРАТЕГІЧНИХ ПРОГРАМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ НА ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА РІВНІ ДЕРЖАВА-РЕГІОН

В статті розглядаються Стратегічні програми соціально-економічної політики (Стратегію сталого розвитку на період 2030 р. держави та регіону, на прикладі Одеського регіону). Проаналізовано вплив Стратегій на формування й розвиток людського потенціалу, тому що, стан та перспективи зростання економіки держави-регіону залежить від ефективності використання його людських ресурсів, а розвиток і відтворення людського потенціалу, у свою чергу є результатом забезпечення соціальних гарантій та створених умов для життєдіяльності, навчання та гідної праці.

З'ясовано, що розвиток регіонів України на сучасному етапі ринкових реформ зіткнувся з низкою як об'єктивних так і суб'єктивних чинників, котрі зумовили його розбалансований, асиметричний та диспропорційний характер. Основою цього стала невизначеність стратегічних пріоритетів регіонального соціально-економічного розвитку у кризовий період, неготовність регіонів до зростаючого конкурентного тиску на внутрішньому ринку в боротьбі за фінансові, матеріальні й людські ресурси. Це, в свою чергу, потребує актуалізувати окремі положення Стратегії економічного та соціального розвитку держави-регіону (Стратегію сталого розвитку на період до 2030 р.). Стабільність розвитку державної-регіональної економіки безпосередньо залежить від наявності відповідного нормативно-правового, соціально-економічного, науково-технічного й кадрового потенціалу. Тільки плідна взаємодія влади, бізнесових структур і громадськості здатна забезпечити комплексний розвиток усіх складових територіальної системи, узгоджуючи регіональні інтереси з державними та беручи на себе відповідальність за прийняті рішення.

Ключові слова: держава, регіон, людський потенціал, розвиток, Стратегічні програми, стабільність.

Рис.- 4, Табл.- 3, Літ.- 20.

Збрицкая Т.П., Сорока А.В.

ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПРОГРАММ СОЦИАЛЬНО-ЕКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА НА УРОВНЕ ГОСУДАРСТВО-РЕГИОН

В статье рассматриваются Стратегические программы социально-экономической политики (Стратегию устойчивого развития на период 2030 государства и региона на примере Одесского региона). Проанализировано влияние стратегий на формирование и развитие человеческого потенциала, потому что, состояние и перспективы роста экономики государства-региона зависит от эффективности использования его человеческих ресурсов, а развитие и воспроизводство человеческого потенциала, в свою очередь является результатом обеспечения социальных гарантий и созданных условий для жизнедеятельности, обучение и достойного труда.

Установлено, что развитие регионов Украины на современном этапе рыночных реформ столкнулись с рядом как объективных так и субъективных факторов, которые

обусловили его разбалансированность, асимметричный и диспропорциональный характер. Основой этого стала неопределенность стратегических приоритетов регионального социально-экономического развития в кризисный период, неготовность регионов к растущему конкурентному давлению на внутреннем рынке в борьбе за финансовые, материальные и человеческие ресурсы. Это, в свою очередь, требует актуализировать отдельные положения Стратегии экономического и социального развития государства-региона (Стратегия устойчивого развития на период до 2030 г.). Стабильность развития государственной-региональной экономики напрямую зависит от наличия соответствующего нормативно-правового, социально-экономического, научно-технического и кадрового потенциала. Только плодотворное взаимодействие власти, бизнес-структур и общественности способна обеспечить комплексное развитие всех составляющих территориальной системы, согласовывая региональные интересы с государственными и принимая на себя ответственность за принятые решения.

Ключевые слова: государство, регион, человеческий потенциал, развитие, Стратегические программы, стабильность.

Zbritskaya T., Soroka A.

INFLUENCE OF STRATEGIC PROGRAMS OF SOCIO-ECONOMIC POLICY ON THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF HUMAN POTENTIAL AT THE LEVEL OF THE STATE-REGION

The article discusses Strategic programs of socio-economic policy (Sustainable Development Strategy for the period 2030 of the state and the region on the example of the Odessa region). The influence of strategies on the formation and development of human potential is analyzed, because the state and prospects for the growth of the economy of a state region depend on the efficient use of its human resources, and the development and reproduction of human potential, in turn, is the result of providing social guarantees and created conditions for life, training and decent work.

It is established that the development of the regions of Ukraine at the present stage of market reforms faced a number of both objective and subjective factors, which caused its imbalance, asymmetric and disproportionate nature. The basis for this was the uncertainty of the strategic priorities of regional socio-economic development in the crisis period, the unpreparedness of the regions for growing competitive pressure in the domestic market in the struggle for financial, material and human resources. This, in turn, requires updating certain provisions of the Strategy for the Economic and Social Development of the State Region, (Sustainable Development Strategy for the period 2030). The stability of the development of the state-regional economy directly depends on the availability of relevant regulatory, socio-economic, scientific, technical and human potential. Only fruitful interaction between the authorities, business structures and the public is capable of ensuring the integrated development of all components of the territorial system, coordinating regional interests with state interests and taking responsibility for decisions made.

Key words: state, region, human potential, development, strategic programs, stability.

Постановка проблеми в загальному вигляді. На сучасному етапі людський потенціал стає важливим стратегічним ресурсом, від якості та ефективності використання якого залежить рівень соціально-економічного розвитку будь-якої соціально-економічної системи. Людський потенціал лежить в основі людського розвитку, бо саме він пов'язаний з економічною активністю людей, зростанням

людського капіталу і досягненням на цій основі підвищення рівня життя та добробуту населення.

Специфічність людських ресурсів, як носіїв потенціалу полягає в тому, що з *одного боку*, вони виробляють матеріальні й нематеріальні блага, а з *іншого* – споживають їх. Таким чином вибудовується логічний взаємозв'язок: стан та перспективи зростання економіки регіону залежить від ефективності використання його людських ресурсів, а розвиток і відтворення людського потенціалу, у свою чергу є результатом забезпечення соціальних гарантій та створених умов для життєдіяльності, навчання та гідної праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій: Дослідження щодо стратегічного управління регіонального розвитку проводили як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: В.М. Осипов, Т.Ю. Коритько, С.Б. Тимофієва, О.П. Романко та ін.

Питання розвитку й використання людського потенціалу є об'єктом наукових досліджень багатьох напрямів і шкіл. Питання розкриття сутності, особливостей формування та розвитку людського потенціалу у вітчизняній науковій літературі висвітлюються в працях таких українських науковців, як О. Амоша, Д. Богиня, Е. Лібанова, О. Макарова, В. Никифоренко, О. Новікова, Л. Шаульська та ін. Дослідження різних аспектів людського розвитку свідчить, що розвиток людського потенціалу є складною комплексною категорією.

Визначення окремих питань, що не вирішені в обраній для дослідження проблемі. Системний аналіз наявних досліджень і останніх публікацій свідчить про їх незавершеність та необхідність продовження досліджень перш за все внаслідок особливої ролі людини на сучасному етапі розвитку економіки. Досі залишаються невизначеними проблеми стратегічного управління та його роль у формуванні конкурентних переваг регіону. Залишаються відкритими також питання визначення перспектив розвитку та поліпшення використання людського потенціалу на рівні держава-регіон з урахуванням сучасних реалій глобалізаційних процесів.

Метою даного дослідження є аналіз впливу стратегічних програм соціально-економічної політики на формування і розвиток людського потенціалу на рівні держава-регіон (на прикладі Одеського регіону).

Викладення основного матеріалу. Найціннішим багатством будь якої країни є людський потенціал, який є важливим чинником забезпечення її процвітання та конкурентоспроможності в глобальному соціально-економічному просторі. Умови створюються попереднім соціально-економічним розвитком країни, станом використання її різноманітних ресурсів, розвитком політичних, ідеологічних, соціальних процесів, що відбувалися в країні. Вони або сприяють формуванню та розвитку людського потенціалу, або знижують ці можливості.

Ефективний менеджмент соціально-економічними процесами, що протікають у національній економіці на різних ієрархічних рівнях управління (як на загальнодержавному – макрорівні так і на місцевому – мезорівні) вбачається неможливим без стратегічного планування, реалізація якого покладена на органи державної влади та управління відповідного рівня, що відіграють роль потужної організації у країні, відпрацьовуючи та реалізуючи стратегію розвитку суспільства. Визначення пріоритетів і перспектив, адекватне формування цілей розвитку кожного конкретного регіону з урахуванням наявного ресурсного забезпечення потребує запровадження стратегічного підходу до державного регулювання регіонального соціально-економічного розвитку. Актуальність використання стратегічного підходу визначається також активізацією європейської інтеграції та міжрегіональним

співробітництвом на рівні регіонів України та регіонів ЄС як спосіб виявлення конкурентних переваг економічних агентів і національної економіки у цілому [1-4].

Людський потенціал - міра втілених у людині здібностей, таланту, рівня освіти, кваліфікації та їх здатність приносити дохід. *Світовий банк* включає в це поняття також стан здоров'я та якість харчування. *ООН* - освіту, професійний досвід, фізичний стан, здатність до виживання, інші характеристики, що забезпечують і самозабезпеченість людей. З розвитком людського прогресу робоча сила перестає бути лише фактором виробництва. Вкладення в робочу силу — освіту, охорону здоров'я, культуру, кваліфікацію — формують нову якість, що є новою формою людського багатства[5-6].

Сучасні світові тенденції складних взаємопов'язаних процесів глобалізації, з *одного боку*, та інтеграції – *із іншого*, зумовлюють підвищення значущості регіонів країн, які беруть участь в означених процесах. Зростає роль регіонів як економічних агентів міжнародного рівня, безпосередніх учасників міжнародного поділу праці. Відповідно, зростає значущість регіональних органів влади та органів місцевого самоврядування, роль регіональних суспільних інститутів тощо[7-9]. Така ситуація висуває на порядок денний необхідність перегляду державної регіональної політики, статусу регіону в її межах, принципів взаємовідносин суб'єктів влади національного та регіонального рівня, їх повноважень і компетенції.

Основні стратегічні напрямки розвитку людського потенціалу України та її регіонів відбувається в руслі світових програм людського цивілізаційного розвитку. Першочерговими пріоритетами для цього мають стати запропоновані в Стратегії «Україна - 2020» 62 реформи та програми[10]. Серед них безпосередньо до умов розвитку людського потенціалу можна віднести такі, як *реформи*: сфери трудових відносин; захисту інтелектуальної власності; системи соціального захисту; пенсійна та системи охорони здоров'я; державної політики у сфері культури. Інші реформи та програми, за умови впровадження їх у життя, створюють матеріальну, політичну, юридичну платформи для розвитку людського потенціалу.

У зв'язку з ухваленням у вересні 2015 р. на Саміті ООН 17-ти глобальних Цілей сталого розвитку світу на період до 2030 року виникла потреба в актуалізації Стратегії сталого розвитку «Україна - 2020». З метою впровадження європейських стандартів життя, окреслення шляхів виходу із сучасного кризового стану, в Україні у 2016 році прийнято Стратегію сталого розвитку на період 2030 р. [11]. Пріоритет Стратегії - запропонувати нову соціально орієнтовану модель економічного розвитку, де найвищою цінністю є Людина, а головною рушійною силою розвитку – реалізація креативного потенціалу нації. Її метою є забезпечення високого рівня та якості життя населення України, створення сприятливих умов для діяльності нинішнього та майбутніх поколінь та припинення деградації природних екосистем шляхом впровадження нової моделі економічного зростання, що базується на засадах сталого розвитку.

Концепція державної, регіональної політики та Закон України "Про стимулювання розвитку регіонів" визначають стратегічне планування на державному та регіональному рівні, правові документи, які зумовлюють взаємозв'язок між аналізом розвитку економіки країни, розробленням прогнозу, визначенням цілей і основних напрямів економічної політики.

Реалізація державних і регіональних цільових програм соціально-економічного розвитку відповідно до Стратегії повинна бути спрямована на вирішення ключових проблем розвитку регіонів, серед яких [12-13]:

- 1) низька інвестиційна привабливість регіонів та інноваційна активність;
- 2) нерозвинена виробнича та соціальна інфраструктура;

- 3) зростання регіональних диспропорцій у сфері соціально-економічного розвитку регіонів;
- 4) слабкі міжрегіональні зв'язки;
- 5) нераціональне використання людського потенціалу.

Вирішити комплекс цих проблем передбачалося на підґрунті виконання чотирьох стратегічних завдань: підвищення конкурентоспроможності регіонів та зміцнення їх ресурсного потенціалу; розвитку людських ресурсів; розвитку міжрегіональної співпраці та створення інституційних умов для розвитку регіонів.

Розробка програм соціально-економічного регіонального розвитку має базуватися та враховувати вплив факторів, які визначають регіональний потенціал та конкурентоспроможність. Для більшості цільових регіональних програм об'єктивною основою є система досягнутих макро-економічних показників, державні соціальні стандарти і нормативи забезпеченості населення, характеристика соціальної інфраструктури та інвестиційна привабливість регіонів (табл.1) [1].

Таблиця 1

Фактори розробки державних програм соціально-економічного регіонального розвитку [1]

Групи факторів	Соціально-економічні	Інституційні
Екстенсивні	<ul style="list-style-type: none"> - природно-кліматичні умови - соціально-демографічний стан - соціально-культурне середовище - макроекономічне середовище - людський потенціал - міжгалузеві зв'язки матеріального виробництва - споживчий ринок - можливості інвесторів - науково-технічний потенціал 	<ul style="list-style-type: none"> - місцеве і регіональне самоврядування - науково-дослідні інститути і центри
Інтенсивні	<ul style="list-style-type: none"> - територіально-галузева близькість - національно-етнічні особливості регіону - рівень впровадження новачій - споживання технологій населенням - ефективність ринку товарів і послуг виробничого і невиробничого призначення; - виробництво забруднюючих речовин; - конкурентоспроможність регіону; - рівень розвитку соціальної інфраструктури у міських та сільських поселеннях 	<ul style="list-style-type: none"> - система державно-приватного партнерства; - науково-дослідні інститути і центри
Інноваційні	<ul style="list-style-type: none"> - сукупний регіональний потенціал; - освітньо-інтелектуальний капітал; - алокація ресурсів; - технологічна готовність; - інтеграція на ринки капіталів; - умови бізнес-середовища; - виробництво й експерт інновацій; - суспільна відповідальність 	<ul style="list-style-type: none"> - рівень захисту власності; - кооперація науково-технічних відносин суб'єктів господарювання і органів регіонального й місцевого управління; - господарські структури, орієнтовані на інтенсифікацію науково-технічного і технологічного потенціалу

Цільові програми регіонального розвитку безпосередньо відповідають орієнтирам Стратегії або окремим її завданням, враховуючи вимоги регіональної економічної політики. Схема реалізації програм соціально-економічного регіонального розвитку у контексті державної стратегії регіонального розвитку наведена на рис.1[1].



Рисунок 1 - Схема реалізації програм соціально-економічного регіонального розвитку у контексті державної стратегії [1]

Стабільність розвитку регіональної економіки безпосередньо залежить від наявності відповідного соціально-економічного, науково-технічного й кадрового потенціалу [12]. Ці чинники визначають привабливість регіону для розміщення нових, реконструкції існуючих виробництв і тим самим для створення нових робочих місць. У свою чергу, зазначені вище чинники формують добробут населення і створюють умови для розвитку людського капіталу.

Розвиток регіонів України на сучасному етапі ринкових реформ зіткнувся з низкою як об'єктивних так і суб'єктивних чинників, котрі зумовили його розбалансований, асиметричний та диспропорційний характер. Основою цього стала невизначеність стратегічних пріоритетів регіонального соціально-економічного розвитку у кризовий період, неготовність регіонів до зростаючого конкурентного тиску на внутрішньому ринку в боротьбі за фінансові, матеріальні й людські ресурси.

В контексті розгляду даної проблематики, перш за все зазначимо, що стратегія розвитку регіону є комплексом заходів органів виконавчої влади, політичних, громадських організацій та об'єднань, територіальних громад, спрямованих на забезпечення сталого соціально-економічного розвитку відповідних територій, створення належних умов для соціально-економічного розвитку населення, розширення підприємницької діяльності та активного залучення внутрішніх й зовнішніх джерел фінансування [3].

Практична реалізація стратегій регіонального соціально-економічного розвитку залежить від фінансування. В умовах загострення конкурентної боротьби за використання наявних на регіональному (місцевому) рівні ресурсів (у тому числі обмежених фінансових коштів) особливого значення набуває проблема визначення пріоритетів фінансування проектів регіонального розвитку.

Формування Плану реалізації Стратегії спирається на вивчення можливих джерел фінансування та реальність залучення для його виконання необхідних ресурсів: державний та місцеві бюджети, донорські проекти міжнародної технічної допомоги, приватні інвестиції. Алгоритм взаємозв'язку прогнозно-програмних документів з джерелами фінансування на рівні держава – регіон (на прикладі Одеського регіону) наведено на рис.2.



Рисунок 2 - Взаємозв'язок прогнозно-програмних документів з джерелами фінансування на рівні держава – регіон [3]

Стабільний розвиток регіональної економіки в умовах ринку стає реальним за наявності надійних конкурентних позицій. Принцип економічної самостійності регіональних суб'єктів країни вносить істотні корективи в їхнє фінансово-економічне становище. Однак, заявлені керівництвом країни масштабні реформи, реалізація яких вже розпочалася, потребують перезавантаження взаємовідносин влади, бізнесу та громадськості задля досягнення поставлених амбітних цілей.

Місто Одеса – адміністративний, економічний й культурний центр найбільшої за територією області в країні, та з містами-супутниками, Чорноморськом і Южним, формує важливий транспортний і торговельний комплекс. Кількість малих підприємств становить 11 347 одиниць, що складає 96,5% від загальної кількості підприємств м. Одеси, середніх підприємств – 406 одиниць, що складає 3,4% від загальної кількості підприємств м. Одеси. На підприємствах малого і середнього бізнесу працювало 133,3 тис. осіб або 54,4% від середньооблікової кількості штатних працівників підприємств, установ та організацій м. Одеси [17]. За 2018 рік закріпились позитивні тенденції соціально-економічного розвитку міста, зокрема:

- ✓ модернізація транспортної інфраструктури;
- ✓ розвиток туристично-рекреаційної сфери;
- ✓ розбудова інфраструктури соціальної сфери;
- ✓ забезпечення гідного життя населення.

Одеський регіон входить в п'ятірку кращих регіонів України. Нажаль, в Одеській області *погано ще розвинена інфраструктура підтримки малого та середнього бізнесу*. Для цього потрібно пільгове кредитування, різні види фінансової підтримки, впровадження використання новітніх технологій, розвинення держзамовлень, нормативно-правова підтримка тощо.

Впродовж останніх років Одещина впевнено позиціонує себе як регіон з високим індексом конкурентоспроможності. Про це свідчать результати досліджень Фонду «Ефективне управління», згідно з якими у 2018 році Одещина посіла 3-тє місце за індексом конкурентоспроможності регіонів України після м. Києва та Харківської області. Це, в свою чергу, потребує актуалізувати окремі положення Стратегії економічного та соціального розвитку Одеської області, що була розроблена раніше. Нормативно-правою базою для розроблення Стратегії Одеської області та її подальшої актуалізації виступали рішення Одеської обласної ради та розпорядження Одеської обласної державної адміністрації стратегічної спрямованості [14–20]. Стратегія позиціонується як плановий документ найвищого рівня в регіоні та є важливим інструментом налагодження партнерства між усіма органами влади, широким колом представників бізнесу та громадянського суспільства.

При обмеженості фінансових ресурсів регіону виникає необхідність чітко окреслити пріоритети розподілу ресурсів та сконцентрувати їх на тих напрямках, що можуть забезпечити результат у найближчі терміни та матимуть комплексний вплив на розвиток суміжних галузей або територій. При цьому в центрі уваги залишається людина, яка повинна реально відчувати позитивні зміни, що відбуваються і стосуються не тільки розвинених територій, а й найвіддаленіших від обласного центру периферійних населених пунктів.

Враховуючи основні пріоритети розвитку країни, визначені в ключових нормативних документах, Стратегія засвідчує узгодженість цілей та пріоритетів державної регіональної політики з пріоритетами розвитку Одеської області, виокремлюючи особливості умов господарювання, що склалися історично. Кожен з пріоритетів державної та регіональної політики визначений з прив'язкою до підсистем регіону, що дозволяє розуміти забезпеченість власними ресурсами та потреби у залученні додаткових ресурсів.

Нинішній варіант документа актуалізовано (до вимог урядових документів) *Стратегією економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року*, що затверджено рішенням Одеської обласної ради від 2013 року №272-VI. А також,

рішенням Одеської міської ради від 07.12. 2016 року затверджена *Стратегія економічного та соціального розвитку м. Одеси до 2022 року* №1321- VII [16].

Логіка напрямів актуалізації Стратегії полягає в тому, що територія регіону являє собою складну відкриту систему, яка складається з чотирьох основних підсистем: економічної, соціальної, підсистеми довкілля та підсистеми просторового розвитку. В процесі життєдіяльності люди здійснюють вплив на кожен з зазначених підсистем, не замислюючись про наслідки для майбутніх поколінь. Саме тому розуміння потреби у гармонійному розвитку особистості з ощадливим використанням наявних ресурсів є основою сталого розвитку. І тільки плідна взаємодія влади, бізнесових структур і громадськості здатна забезпечити комплексний розвиток усіх складових територіальної системи, узгоджуючи регіональні інтереси з державними та беручи на себе відповідальність за прийняті рішення (рис.3).

Для забезпечення комплексного розвитку регіону, його виробничого та соціально-економічного потенціалу, забезпечення належного життєвого рівня населення в Одеській області узгоджено «Стратегії економічного та соціального розвитку Одеської області до 2022 року» з державними стратегічними програмами, рис.4. З метою поетапного виконання цієї Стратегії щорічно департаментом економічного розвитку Одеської міської ради розробляється та виконавчим комітетом Одеської міської ради затверджується План дій з реалізації Стратегії, який є головним інструментом реалізації та моніторингу виконання Стратегії, а також включає в себе ряд послідовних заходів та програм з реалізації стратегічних завдань.

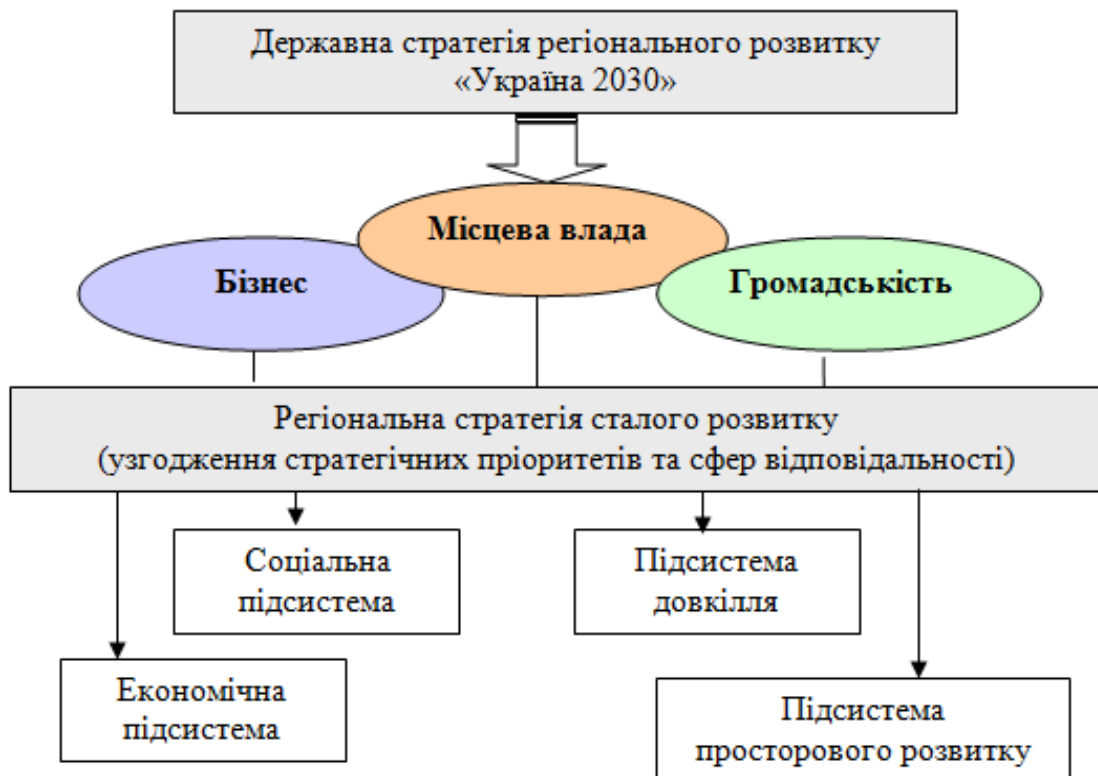


Рисунок 3 - Концептуальна схема стратегічного розвитку Одеської області до 2022 р. [16]

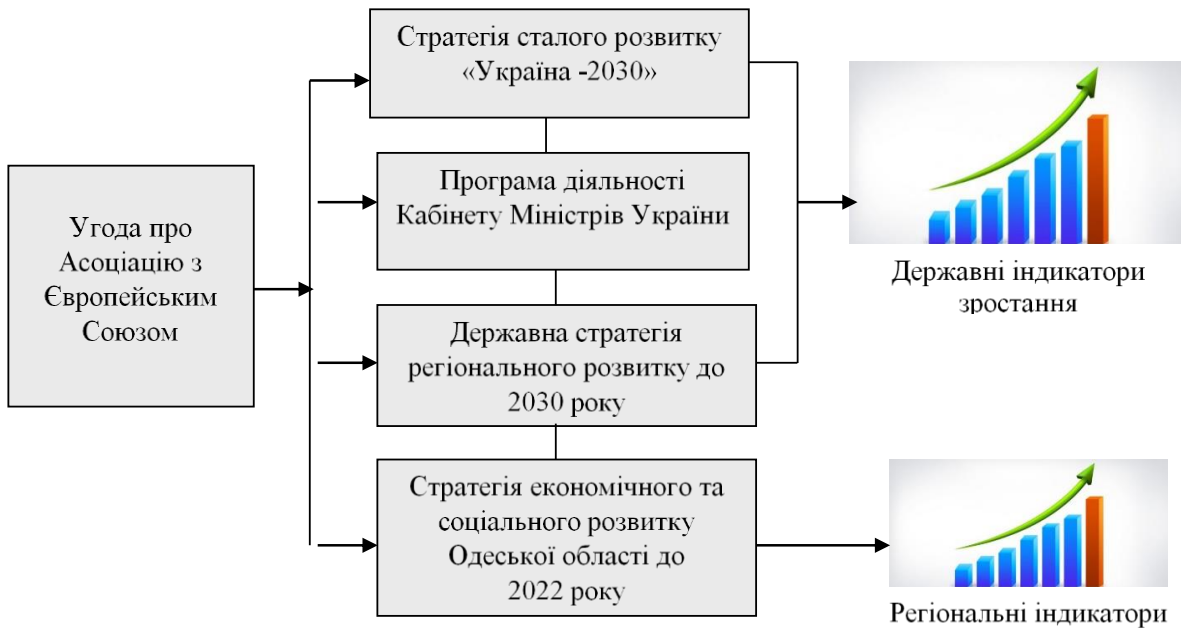


Рисунок 4 - Узгодження «Стратегії економічного та соціального розвитку Одеської області до 2022 року» з державними стратегічними документами [16]

На основі офіційних статистичних даних з метою здійснення постійного аналізу соціально-економічного розвитку міста проводиться щомісячний моніторинг основних показників соціально-економічного розвитку міста.

Міські цільові та комплексні програми є одним із основних інструментів реалізації актуалізованої Стратегії економічного і соціального розвитку міста до 2022 року, засобом вирішення проблемних питань та потребують координації дій зацікавлених суб'єктів – органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій комунальної власності, громадських організацій тощо. Фрагмент змісту державних та регіональних пріоритетів Одеської обл. і стратегічних цілей до 2022 р. наведено в табл.2.

Таблиця 2

Фрагмент змісту державних та регіональних пріоритетів і стратегічних цілей Одеської обл. до 2022 р. [16]

<i>Державні цілі</i>	<i>Регіональні пріоритети</i>	<i>Стратегічні цілі</i>
1	2	3
I Підвищення конкурентоспроможності регіону	A. Забезпечення конкурентоспроможності місцевої економіки	A.1. Розбудова та модернізація транспортної інфраструктури A.2. Забезпечення енергетичної самодостатності області A.3. Якісний розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури A.4. Розвиток високопродуктивного аграрного виробництва A.5. Розбудова сучасної індустрії

Продовження таблиці 2

1	2	3
II Територіальна соціально-економічна інтеграція та просторовий розвиток	B. Розвиток людського потенціалу	B.1. Формування конкурентоспроможного інтелектуального капіталу B.2. Забезпечення умов здорового та культурного розвитку населення
	C. Забезпечення гідних умов життя та екологічної безпеки	C.1. Забезпечення комфортних умов проживання C.2. Створення безпечного життєвого простору
III Ефективне державне управління	D. Підвищення якості управління регіональним розвитком	D.1. Підвищення ефективного розвитку територій D.2. Інституційне зміцнення регіону D.3. Забезпечення суспільно-політичної злагоди у регіоні

З таблиці видно, що регіональним пріоритетом є розвиток людського потенціалу, що здійснюється через реалізацію наступних стратегічних цілей: формування конкурентоспроможного інтелектуального капіталу, забезпечення умов для здорового та культурного розвитку населення, забезпечення комфортних умов проживання, створення безпечного життєвого простору.

Стратегією економічного і соціального розвитку Одеської області на період до 2020 року [14], були досягнуті різні соціальні показники та завдання, які повністю відповідають цілям сталого розвитку міста Одеси та Одеської області. *Стратегія розвитку м. Одеси до 2022 року* [16], яка виступає головним довгостроковим послідовним Планом розвитку міста та визначає основні напрямки, цілі та завдання. Стратегією передбачена:

Інвестиційна концепція «Одеса 5Т», яка фокусує основні напрямки інвестиційного розвитку міста: технології, туризм, транспорт, торгівлю, trust – фінанси та безпеку.

Торгівля – найсприятливіше місто України для бізнесу (за рейтингом у 2015 році Forbes UA) – 120 000 видів бізнесу;

Транспорт – більш ніж 170 транспортних компаній, морські ворота України для судів з 600 портів світу, 3 міжнародні транспортні коридори;

Туризм – більш ніж 1 500 000 туристів, більш ніж 300 туристичних компаній;

Технології та інновації – більш ніж 150 ІТ-компаній;

ТРАСТ (фінанси, банківська справа та нерухомість) – м. Одеса №1 за кредитоспроможністю серед міст України.

Завдяки спільним зусиллям влади та різних недержавних структур майже всі головні показники соціально-економічної ситуації в м.Одесі та регіоні займають лідируючі позиції серед інших регіонів України. Але, запровадження всіх вище перелічених програм стикається з низкою проблем, пов'язаних з їх реалізацією. Треба і надалі вдосконалювати методології розробки таких Програм з ціллю підвищення їх ефективності. Заходи повинні бути направлені на удосконалення самої системи підтримки малого і середнього бізнесу, що реалізуються у соціально-економічних

заходах та принесуть конкретний кількісно визначений ефект. Але насамперед, необхідно визначити індикатори, якими цю ефективність можливо визначити.

Масштабність і складність цілей і завдань, які необхідно виконати в процесі реалізації Стратегічних пріоритетів економічного та соціального розвитку Одеської області до 2022 р., обумовлюють поетапне їх вирішення. Для досягнення цілей Стратегії в рамках визначених пріоритетів передбачено зосередити увагу на забезпеченні ефективної взаємодії відповідних механізмів державного регулювання регіонального розвитку, а саме правового, організаційного, економічного та фінансового.



Рівень розвитку Одеського регіону в майбутньому визначається тим, наскільки результативним виявиться процес нарощування людського потенціалу країни і як ефективно цей потенціал використовуватиметься. Управлінську модель реалізації стратегічного плану дій «Розумний регіон» щодо забезпечення конкурентоспроможності Одеського регіону, а саме стратегічні цілі щодо залучення інвестицій та розвитку бізнесу наведено в табл. 3 [15].

Таблиця 3




Управлінська модель реалізації стратегічного плану дій «Розумний регіон» щодо забезпечення конкурентоспроможності Одеського регіону [15]

	Операційні цілі	Програми та проекти	Очікувані результати
1	 <p>Створення в області ефективної системи надання медичної допомоги</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Проведення реформи госпітальних округів; ✚ Підвищення якості первинної та екстреної допомоги, невідкладної медицини; ✚ Систематичний контроль і моніторинг галузей медицини, в яких необхідним є надання якісної безоплатної медичної допомоги – це хворі з серцево-судинними, онкологічними та нирковими захворюваннями; ✚ Оптимізація структури Центрів екстреної медичної допомоги (ЦЕМД). Створення Єдиної диспетчерської служби, забезпечення сталого телефонного та інтернет зв'язку, розподіл функцій невідкладної первинної медико-санітарної допомоги. Обладнання всіх автомобілів GPS tracker; ✚ Оптимізація витрат лікарень шляхом проведення медико-економічного аудиту закладів охорони здоров'я обласного підпорядкування з метою усунення дублювання функцій, оптимізації адміністративно-господарських процесів та більш раціонального використання фінансових ресурсів. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Запуск медичної реформи – створення до 10 госпітальних округів в Одеській області; ✓ Покращення якості та ефективності медичної допомоги – як первинної, так і невідкладної, екстреної і показників лікування важких захворювань.

Продовження таблиці 3

2	 <p>Підвищення якості освіти та розвиток інновацій</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Масове залучення випускників шкіл області до онлайн-курсів по підготовці до ЗНО (формат – масові відкриті онлайн-курси); ✚ Нові формати літнього оздоровлення та освіти для учнів шкіл (вивчення іноземних мов із носіями, виїзні мобільні «експериментаріуми» та обсерваторії, інші технології «навчання у відпочинку»); ✚ Створення освітніх центрів навчання протягом життя, професійної орієнтації молоді, перекваліфікації кадрів; ✚ Запровадження Програми для підвищення цифрових навичок жителів регіону. Створення мобільних центрів новітніх професій; ✚ Створення регіонального центру інноваційного розвитку: високотехнологічний сектор економіки; науково-дослідні центри та установи; профільні кафедри провідних вищих навчальних закладів; інноваційні хаби, технологічні парки; громадські організації з досвідом у сфері НТІ. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Запуск проекту безкоштовних онлайн-курсів підготовки до ЗНО; ✓ Підвищення середнього балу ЗНО випускників по всіх предметах; ✓ Збільшення чисельності людей, які пройшли навчання та отримали нові навички та професії; ✓ Збільшення чисельності учнів, які беруть участь у таких програмах.
3	 <p>Охорона довкілля та збереження природного потенціалу області</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Екологічний моніторинг та створення Платформи сталого розвитку регіону (Онлайн-контроль дамб, Екологічний моніторинг пляжів, Програма порятунку лиманів). Участь у програмах транскордонного співробітництва з покращення спільного моніторингу довкілля; ✚ Пілотний проект «Чиста вода» – інноваційні методи очищення води для потреб населення; ✚ Створення на основі найкращого міжнародного досвіду комплексної стратегії збору, утилізації та переробки відходів, зокрема твердих побутових відходів; ✚ Проекти з покращення стану берегової лінії із залученням бізнесу (прибирання, сортування та переробка сміття); ✚ Сприяння міжнародному співробітництву щодо охорони навколишнього середовища і спільного скорочення засмічення басейну Чорного моря. Підвищення обізнаності та спільні дії по скороченню річкових і морських забруднень; ✚ Здійснення пілотного проекту на морському узбережжі «Блакитна лагуна» (пляжі, які відповідають міжнародним екологічним стандартам ЮНЕСКО). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Запровадження нових програм літнього оздоровлення; ✓ Щорічне збільшення кількості туристів, які відвідують регіон, і відповідне підвищення надходжень в обласний та місцеві бюджети; ✓ Підвищення питомої ваги утилізованих відходів; ✓ Збільшення площі природно-заповідного фонду.

Продовження таблиці 3

4	 <p>Збільшення обсягів залучених інвестицій</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Створення на порталі розумної операційної панелі для доступу бізнесу та інвесторів до демографічної, економічної інформації, даних щодо землі та нерухомості, регіональних інвестиційних проектів; ✚ Проведення бізнес форумів для залучення інвестицій та підтримки малого і середнього бізнесу; ✚ Залучення коштів міжнародних фінансових організацій в інвестиційні проекти з розвитку області; ✚ Відкриття офісу Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) для підтримки та навчання малих і середніх підприємств (МСП); ✚ Долучення МСП Одещини до двох програм кредитування від Європейського інвестиційного банку (ЄІБ); ✚ Регулярне проведення досліджень проблем та потреб МСП області; ✚ Допомога в створенні та просуванні локальних брендів і продуктів МСП на міжнародних та національному ринках. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Збільшення валового регіонального продукту Одеської області; ✓ Збільшення кількості робочих місць щонайменше на 10% у 2019 році; ✓ Збільшення кількості зареєстрованих суб'єктів ведення бізнесу; ✓ Підвищення обсягу транспортних перевезень на 20% та надходжень до обласного і місцевих бюджетів; ✓ Поліпшення інвестиційного клімату та збільшення обсягів залучення інвестицій; ✓ Розширення використання інновацій в аграрному секторі.
5	 <p>Розвиток малого та середнього бізнесу</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Долучення МСП Одещини до двох програм кредитування від Європейського інвестиційного банку (ЄІБ); ✚ Регулярне проведення досліджень проблем та потреб МСП області; ✚ Допомога в створенні та просуванні локальних брендів і продуктів МСП на міжнародних та національному ринках. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Підвищення обсягу транспортних перевезень на 20% та надходжень до обласного і місцевих бюджетів; ✓ Поліпшення інвестиційного клімату та збільшення обсягів залучення інвестицій; ✓ Розширення використання інновацій в аграрному секторі.
6	 <p>Збільшення експорту</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Регулярне проведення досліджень проблем та потреб МСП області; ✚ Допомога в створенні та просуванні локальних брендів і продуктів МСП на міжнародних та національному ринках. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Розширення використання інновацій в аграрному секторі.

Таким чином, ретроспективний аналіз стратегічних програм формування й розвитку людського потенціалу та забезпечення гідних умов життя в Одеському регіоні виявив тенденцію на збільшення, або прискорення їх розвитку, що робить загальну оцінку соціально-економічної ситуації в регіоні досить високою, а сам регіон привабливим як для інвестицій, так для започаткування підприємницької діяльності.

Питання стратегічного розвитку для України та її регіонів мають вагоме значення, адже спрямовані на забезпечення сталого економічного зростання, затвердження інноваційної програми динамічного розвитку, становлення збалансованої регіональної політики, створення передумов для довгострокових перспектив міжнародної співдружності. Формування саме стратегічних засад соціально-економічного розвитку є важливим чинником зростання національної економіки у цілому як складної системи та окремих її територій як складових соціально-економічної системи. З огляду на це, однією з найсучасніших форм управління територіальним розвитком виступає стратегічне планування економічного та соціального розвитку територій, що поступово запроваджується в усіх регіонах країни.

Висновки з даного дослідження та перспективи подальших досліджень. На думку авторів, розвиток регіонів України на сучасному етапі ринкових реформ зіткнувся з низкою як об'єктивних так і суб'єктивних чинників, котрі зумовили його розбалансований, асиметричний та диспропорційний характер. Основою цього стала невизначеність стратегічних пріоритетів регіонального соціально-економічного розвитку у кризовий період, неготовність регіонів до зростаючого конкурентного тиску на внутрішньому ринку в боротьбі за фінансові, матеріальні й людські ресурси. Враховуючи ці характеристики регіони характеризуються кращою, або гіршою

привабливістю для ведення бізнесу, тому кожному з них притаманні своєрідні особливості у налагодженні економічних взаємовідносин як на регіональному, так на зовнішньому ринку.

Політика формування та розвитку людських ресурсів регіону реалізується на основі концепції регулювання демографічної, культурно-освітньої та соціально-трудової сфер, в яких відбуваються всі стадії відтворення людських ресурсів. *Автори поділяють думку* прихильників інституціоналізму, які вважають, що необхідність державного управління регіональним соціально-економічним розвитком багато в чому обумовлена недосконалістю ринкового механізму і його нездатністю вирішувати сучасні проблеми розвитку, як на загальнодержавному рівні, так і на регіональному рівні. Умови формування та розвитку людського потенціалу визначаються насамперед характером його інституційної бази. Формальні законодавчі акти та неформальні норми коригують діяльність наукових, економічних, освітніх, медичних, культурних та інших організацій, які відіграють вагомий роль у створенні умов для формування і розвитку людського потенціалу. *Авторами виявлено*, що ефективне управління людським потенціалом регіону є проблематичним у зв'язку з частою зміною законодавчих норм, відсутністю чіткої державної політики щодо розвитку пріоритетних галузей економіки, відсутністю профорієнтаційної роботи.

Оцінка ефективності управління формування та розвитку людських ресурсів регіону потребує проведення як ретроспективного, так і прогнозного аналізу стану людського потенціалу та можливих напрямків його зміни. Це, в свою чергу, сприятиме прийняттю управлінських рішень відповідними керуючими органами області з метою найбільш ефективного формування і реалізації людського потенціалу регіону. Ефективність управління на регіональному рівні визначається довгостроковими тенденціями структурних змін та їх впливів на майбутнє економічне зростання. Тому довгострокові прогнози людського потенціалу регіонів на основі ретроспективного аналізу мають велике значення.

Практика стратегічного планування регіонального розвитку в Україні передумою удосконаленню теоретичних і нормативно-правових засад цього процесу. Перспективними напрямками наукових досліджень з цієї проблематики є обґрунтування інституційного забезпечення стратегічного планування регіонального розвитку, а також розроблення методичних рекомендацій з моніторингу та оцінювання результативності реалізації стратегій регіонального розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Благун І. Моделювання стратегій розвитку регіону / І. Благун // Регіональна економіка. - 2015. - № 4. - С. 105-115.
2. Збрицька Т.П., Новицький М.В., Сорока О.В. Передумови формування та використання трудового потенціалу регіону. Scientific journal «ECONOMICS AND FINANCE» Research: tendencies and prospects: Collection of scientific articles. – Editorial Arane, S.A. de C.V., Mexico City, Mexico, апрель, 2017. - 284 p. ((P. 111-116).
3. Євдокименко В. Стратегія соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальної одиниці: концептуальний підхід в сучасних умовах / В. Євдокименко // Регіональна економіка. - 2016. - № 2. - С. 104-117.
4. Осипов В.М. Пріоритети соціально-економічного розвитку українського Причорномор'я в контексті новітньої регіональної політики / В.М. Осипов, О.А. Єрмакова // Прометей. Трансформація та перспективи розвитку територіальних систем. - 2014. - № 2 (44). – С. 76 - 82.
5. Богиня Д.П. Науково-практичні засади конкурентоспроможності людського потенціалу України: стан та шляхи формування в контексті інтеграційних процесів / Д.П. Богиня //

Вісник Хмельницького національного університету. Сер. Економічні науки. – 2007. – Т. 1, № 5. – С. 7 – 13.

6. Лібанова Е.М. Людський розвиток в Україні: соціальні та демографічні чинники модернізації національної економіки: колективна монографія / [Е.М. Лібанова, О.В. Макарова, І.О. Курило та ін.]; за ред.Е.М. Лібанової. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2012. –320 с.

7. Коритько Т. Ю. Стратегічне планування соціально-економічного розвитку регіону [Текст]. Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку: збірн.наук. праць.- 2012р. Електронний ресурс]. Режим доступу: http://ier.donetsk.ua/publish/sbor/all_text/b2012/13.pdf

8. Тимофієва С.Б. Конкурентні переваги регіону та вплив на них параметрів регіональної інфраструктури/Глобальні та національні проблеми економіки. - 2016.- № 9. - Миколаїв: МНУ імені В.О. Сухомлинського.- С. 512-515 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://global_national.in.ua/issue_9_2016

9. Романко О.П. поняття конкурентоспроможності регіону та його ознаки / О.П. Романко //Ефективна економіка: Електронне наукове фахове видання. - 2015. - № 3 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3869>

10. Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>

11. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року. URL: <http://sd4ua.org/wp-content/uploads/2015/02/Strategiya-stalogo-rozvytku-Ukrayiny-do-2030-roku.pdf>

12. Никифорова В.Г. Формування і розвиток людського потенціалу регіону: сутність, сучасні тенденції та методи оцінювання: колективна монографія / Никифорова В.Г.; Богданова Т.І.; Збрицька Т.П. та ін./ за ред. Никифорова В.Г. – МОН України. Одеський нац. економічний унів-тет – Одеса: ВОІ СОІУ «Атлант», 2018. – 103 с.

13. Шаульська Л.В. Управління людським та соціальним розвитком у регіонах України: колективна монографія / Л.В. Шаульська, Я.Л.; Полянська, М.А.; Кримова, О.Ф.; Новікова, О.І. Амоша та ін./ НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2010. – 564 с.

14. План із реалізації 2018-2020 рр. Стратегії економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 р. Додаток до рішення обласної ради від 21 грудня 2017 року № 576-VII [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://oblrada.odessa.gov.ua/odeska-oblast/strategichni-ta-programni-dokumenty-oblasti/strategiya-ekonomichnogo-ta-sotsialnogo-rozvytku-odeskoyi-oblasti-do-2020-roku/>

15. Стратегічний план дій голови одеської обласної державної адміністрації «Розумний регіон 2017-2019 рр.» [Електронний ресурс] // Одеська міська ради. – Режим доступу: <http://omr.gov.ua/ru/acts/council/103979>.

16. Програмний документ «Стратегія економічного та соціального розвитку міста Одеси до 2022 року (актуалізована)»: від 07.12.2016 р. № 1321-VII [Електронний ресурс] // Одеська міська ради. – Режим доступу: <http://omr.gov.ua/ru/acts/council/91050>.

17. Головне управління статистики в Одеській області – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>

18. Соціально-економічне дослідження «Огляд соціально-економічної ситуації в Одеському регіоні: тенденції та перспективи» / Укл.: В.Ю. Філіппов. – Одеса: – 44с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://economics.opu.ua/wp-content/uploads/2019/01/02-analytics-18.pdf>

19. Рішення Одеської міської ради № 4198-VII від 30.01.2019 р. Про затвердження Програми розвитку малого і середнього підприємництва у місті Одесі на 2019-2021 роки. - 17 с.

20. Програма зайнятості населення Одеської області на 2019-2020. Рішення Одеської міської ради № 2743-VII від 14.12.2017 р. - Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua>.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.11

UDC 33:005.591.43(477)

Kostenyuk Y., PhD, Associate professor, Vasyl` Stus Donetsk National University

Kapitonets M., student, Vasyl` Stus Donetsk National University

LOGISTIC OUTSOURCING IN UKRAINE: STATUS AND FEATURES OF DEVELOPMENT

The article defines the concepts of «outsourcing» and «insourcing», identifies the main types of outsourcing. Outsourcing and insourcing are characterized by a comparative method. It has been determined that outsourcing of logistics services represents a particular trend in Ukraine. This is due to the presence of significant traffic flows and the complexity of production. Five levels of contract logistics are highlighted. The structure of the Ukrainian market of logistics intermediaries is determined. Characteristic for it is the presence of small companies that narrowly specialize in solving local problems. The Logistics Performance Index (LPI) of different countries is considered, which is used to analyze the state of the logistics service in the country. The types of logistics outsourcing for which there is the greatest demand in Ukraine are generalized. The positive consequences of using outsourcing and disadvantages are highlighted.

Keywords: outsourcing, insourcing, logistics, logistics outsourcing, LPI.

Fig. – 6, Tab. – 1, Ref. – 16.

Костенюк Ю.Б., Капітонець М.В.

ЛОГІСТИЧНИЙ АУТСОРСИНГ В УКРАЇНІ: СТАН ТА СОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

В статті визначені поняття «аутсорсинг» та «інсорсинг», виділені основні види аутсорсингу. Порівняльним методом охарактеризовані аутсорсинг та інсорсинг. Зазначено, що особливу тенденцію в Україні представляє аутсорсинг логістичних послуг. Це пов'язано з наявністю значних транспортних потоків та вантажоемністю виробництва. Освітлені п'ять рівнів контрактної логістики. Визначена структура українського ринку логістичних посередників. Для нього характерним є наявність невеликих компаній, які вузько спеціалізуються на вирішенні питань місцевого характеру. Розглянутий Індекс ефективності логістики (LPI) різних країн, який використовується для аналізу стану логістичного сервісу в країні. Узагальнені види логістичного аутсорсингу, на які в Україні існує найбільший попит. Виділені позитивні наслідки від використання аутсорсингу та недоліки.

Ключові слова: аутсорсинг, інсорсинг, логістика, логістичний аутсорсинг, LPI.

Костенюк Ю.Б., Капитонец М.В.

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ АУТСОРСИНГ В УКРАИНЕ: СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ

В статье определены понятия «аутсорсинга» и «инсорсинга», выделены основные виды аутсорсинга. Сравнительным методом охарактеризованы аутсорсинг и инсорсинг. Определено, что особенную тенденцию в Украине представляет аутсорсинг логистических услуг. Это связано с наличием значительных транспортных потоков и грузоемкостью производства. Высветлены пять уровней контрактной логистики. Определена структура украинского рынка логистических посредников. Для него характерным является наличие небольших компаний, которые узко специализируются

на решении проблем местного характера. Рассмотрен Индекс эффективности логистики (LPI) разных стран, который используется для анализа состояния логистического сервиса в стране. Обобщены виды логистического аутсорсинга, на которые в Украине существует наибольший спрос. Выделены положительные последствия при использовании аутсорсинга и недостатки.

Ключевые слова: аутсорсинг, инсорсинг, логистика, логистический аутсорсинг, LPI.

The relevance of research. Outsourcing is one of the innovative tools that enterprises nowadays use to improve their own production efficiency in the face of the dynamic development of global processes. Its application in enterprises can significantly increase their competitiveness. Businesses concentrate on conducting their core business, shifting their weaknesses to external providers. Defining the «core competence» of the enterprise helps to solve the problem of resources irrational allocation at the enterprises and helps to improve their competitiveness. At the same time, the enterprise first needs to analyze what is more economical for it - the use of outsourcing or insourcing.

The purpose of the article is to analyze the status and opportunities of logistics outsourcing development in Ukraine and to determine its place in the domestic enterprises activity.

Analysis of recent research. Outsourcing and outsourcing promotion in the business activities of enterprises have been investigated by such foreign and domestic scientists as Heywood J. Brian, Halvey J.K., Melby B.M., Zagorodnii A.G., Dergachova V.V., Ostroverha D.V. etc. Problems of logistics development and, in particular, logistics outsourcing, are devoted to the scientific works of Stanislavik O.V., Kovalenko O.M., Sharchuk T.V., Chukurnoy O.P., Hobty V.M., Pasichnik A.M. etc.

Basic material. Heywood J. states that outsourcing is «the transfer of separate organizational units or divisions of an organization with associated assets to a service provider, specifying the terms and cost of executing the agreement in the outsourcing agreement» [1].

The following types of outsourcing can be identified:

- IT outsourcing, covering software development and testing, service, software localization, network services, IT consulting;
- production outsourcing, which includes basic and auxiliary outsourcing;
- outsourcing of business processes: management of intellectual resources, provision of guarantee, financial and accounting services, creation of call-centers or call reception and service centers, personnel management, leasing and logistics operations, advertising activities;
- staff outsourcing (outstaffing) [2].

Insourcing is the creation of own autonomous structural units, providing specialized services to both enterprise units and external contractors.

Let us analyze the main criteria for choosing a delivery strategy (Table 1). Each of these means has its own advantages and disadvantages for the enterprise, so the enterprise must analyze its costs and profits in each of the options. In practice, a combination of outsourcing and insourcing is possible, since choosing one does not mean abandoning the other. An enterprise may delegate some of the functions to the intermediaries, leaving the rest.

When choosing outsourcing, the following factors must be considered:

- step costs;
- scheduled power interval when loading the internal unit;
- estimated values of standard and average cost rates, etc.

Table 1

Comparative characteristics of outsourcing and insourcing

Indicator	Outsourcing	Insourcing
The degree of dependence on the environment	high	low
Responsibility for the service/product	on logistics companies	on owners
Concentration on core business	high	low
Autonomy control by enterprises	low	high

Source: [3]

Outsourcing of logistics services is a particular trend in Ukraine. This is due to the presence of significant traffic flows and production capacity. In Fig. 1 and 2 show the developed transport networks of the country.



Figure 1 - Road Network of Ukraine

Source: <https://dlca.logcluster.org>

Ukraine is in the TOP10 countries of the world in terms of grain, corn, sugar beet, potato, mineral fertilizer, steel, trucking. This certainly confirms the possibility of developing logistics outsourcing. At present, it is extremely difficult for small and medium-sized enterprises in Ukraine to create their own logistics system, which would include transportation of raw materials, fuels and materials, and receipt of finished products by consumers. Consequently, such businesses are often forced to make management decisions to provide these services on their own or delegate them to a partner specializing in this field.



Figure 2 - Developed railways of Ukraine

Source: <https://uk.m.wikipedia.org>

The logistics approach is used to reduce logistics costs and has the following benefits for companies:

- 1) concentration of the enterprise on the main activity;
- 2) partial delegation of risks to another company;
- 3) improving the quality of services or goods received;
- 4) advantages in taxation in individual marketing segments;
- 5) cost savings when performing strategic tasks and the like.

The following phases are distinguished in the process of logistics outsourcing:

- planning (identification of target markets, determination of the range of transactions, evaluation of potential counterparties, formation of cooperation offers, forecasting of demand parameters and offers of outsourcing and outsourcing logistics services);
- agreeing the terms of contracts with counterparties (analysis of proposals, evaluation of opportunities and threats, selection of contractors, conducting business negotiations);
- conclusion of logistic outsourcing agreement (definition of principles of personnel management and quality management, coordination of price parameters, regulation of conditions of control over the effectiveness of counterparties activity);
- coordination actions after the conclusion of a contract for logistic outsourcing (monitoring the effectiveness of the execution of the powers entrusted, analysis of the level of satisfaction of customer needs, prompt response to manifestations of poor performance of logistics functions, making adjustments or termination of individual contracts) [4].

Logistics outsourcing involves the delegation of certain logistic powers to specialized logistics companies. Allocate logistics [5]:

1. The first level - 1PL.

Internal logistics, in which all the services of transportation, storage and more, are concentrated within the customer company. According to Georgia Institute of Technology

research, domestic logistics is 22% in the USA, 8% in the Asia Pacific, and 8% in the West Europe - 6%. In Ukraine, this figure is more than half the market;

2. Second level - 2PL.

External logistics in the context of the traditional range of services, including transportation and warehousing performed by one or more operators - covers the entire domestic market.

3. Third level - 3PL.

External logistics in the context of integration of all logistics services into a single complex. At the same time additional consulting services, intermediate storage of cargoes, attraction of modern information systems, use of numerous subcontractors are involved. There are only a few companies of this level operating in the Ukrainian market, but with significant limitations.

4. The fourth level - 4PL.

Combining internal and external logistics capabilities with ERP-systems. It is the desired level of logistics activities development. The Ukrainian logistics market already has a company with a 4PL operator, METRO Cash & Carry. It was the first who entered into the outsourcing agreement (purchase of logistics services from a third-party company) in the history of Ukrainian retail [6]. It can also include companies such as PANWAYLOGISTIC and Brevarix.

5. The Fifth Party Logistics (5PL) is the fifth logistics intermediary.

Such a logistics intermediary provides the whole range of services through the use of the global IT space as a «virtual» logistics partner, which has information on the logistic capabilities of market participants and high-tech IT products. In other words, it's online logistics. This type of logistics operator is inherent in the conditions of operation in the global economy [8].

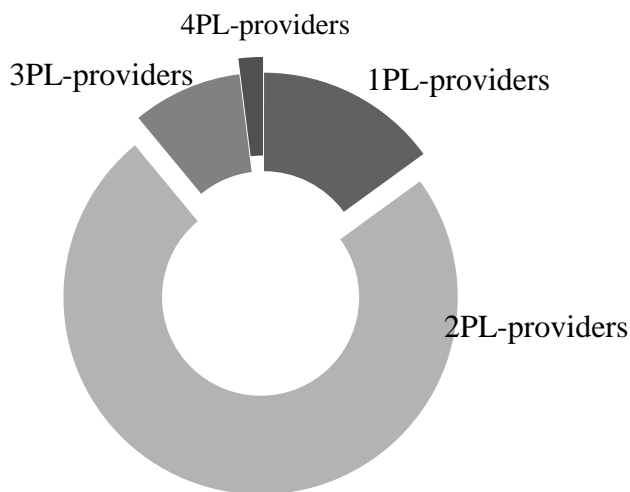


Figure 3 - Logistic providers structure of Ukraine

In general, the structure of the market for logistics intermediaries of Ukraine in 2017 is as follows: 1PL-providers occupy 15%, 2PL-providers - 74%, 3PL-providers - 9%, 4PL-providers - 2% (Fig. 3) [8]. It is characterized by the presence of small companies that specialize in addressing local issues, narrow specialization, lack of 5PL providers, etc. However, in the Ukrainian market there is a rather stiff competition between providers such as UVK, Raben, Schenker, Kuehne & Nagel, Fiege, FM Logistics, Lux Logistics, AsstrA, Komora-S, Fordon, Maxan, TNT, DHL, Euro-express, Autolux, Night Express, Bridge Express, Deliveri.

The range of outsourcing in the field of supply chain logistics can be narrow, limited to just a few functions, such as transport or warehousing, and broad, covering comprehensive supply chain management agreements [9].

Logistics Performance Index (LPI) is used to analyze the status of the logistics service. Its use improves the quality of logistics services and reform programs. It covers 160 countries and includes 6 indicators:

- the effectiveness of customs control and management at the border («The effectiveness of customs operations»);
- quality of trade and transport infrastructure («Infrastructure quality»);
- simplicity of supply organization at competitive prices («Simplicity of supply organization»);
- competence and quality of logistics services for delivery, forwarding and customs clearance («Quality of logistics services»);
- cargo tracking and control capability («Tracking and control capability»);
- timely delivery of goods to their destination within the planned or expected delivery time («Timeliness of deliveries») [10].

The Logistics Efficiency Index suggests that customs reforms, better border management and infrastructure improvements have a significant impact on logistics. LPI is considered by scientists to be a strong indicator of trade growth [11]. For each country, the index is calculated on the basis of surveys of international, national and regional logistics operators, freight forwarding companies that provide services for the organization of freight transportation by rail, road, sea, river or air, as well as warehouse operators [12].

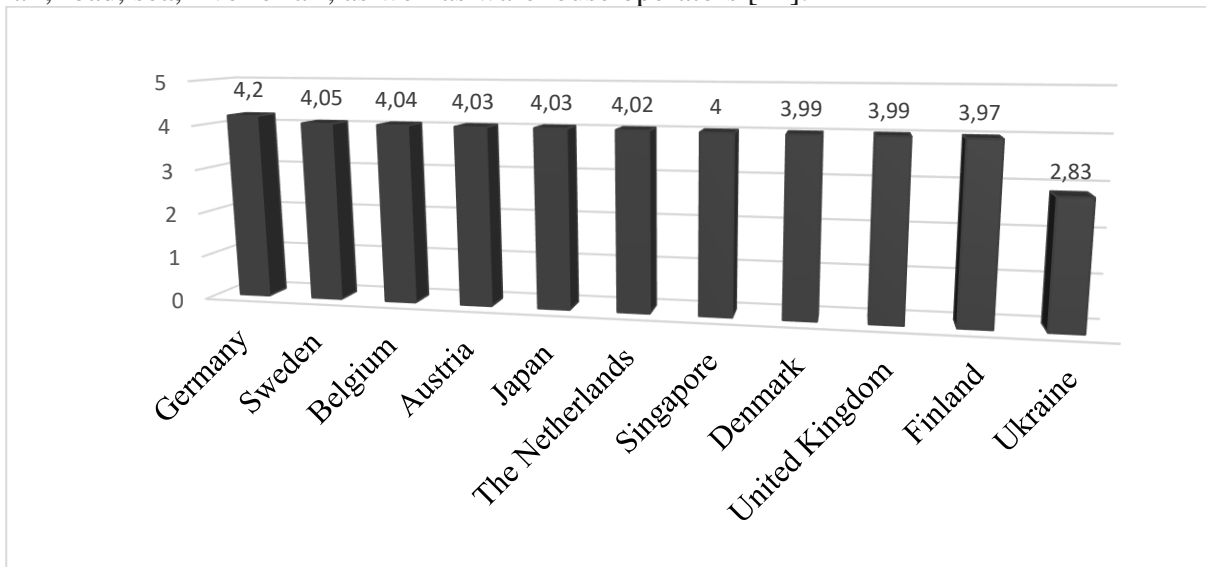


Figure 4 - World LPI rating 2016

Source: [14]

According to experts, the gap between high-income LPIs and low-income countries averages around 45%. Previously, experts have argued that the gap is narrowing due to the growth of low-income countries, in 2016 this trend has reversed, and the gap between countries with different income levels has widened [13]. According to the rating of countries to the LPI in 2016, the TOP10 were: Germany, Sweden, Belgium, Austria, Japan, Netherlands, Singapore, Denmark, United Kingdom, Finland. Ukraine ranked 66th compared to 80th in the previous rating, which indicates a positive trend in this sector in the country (fig. 4).

The LPI index allows to measure progress over a long period, and points to existing problems. Its use contributes to the creation of transit corridors and the establishment of links with the private sector.

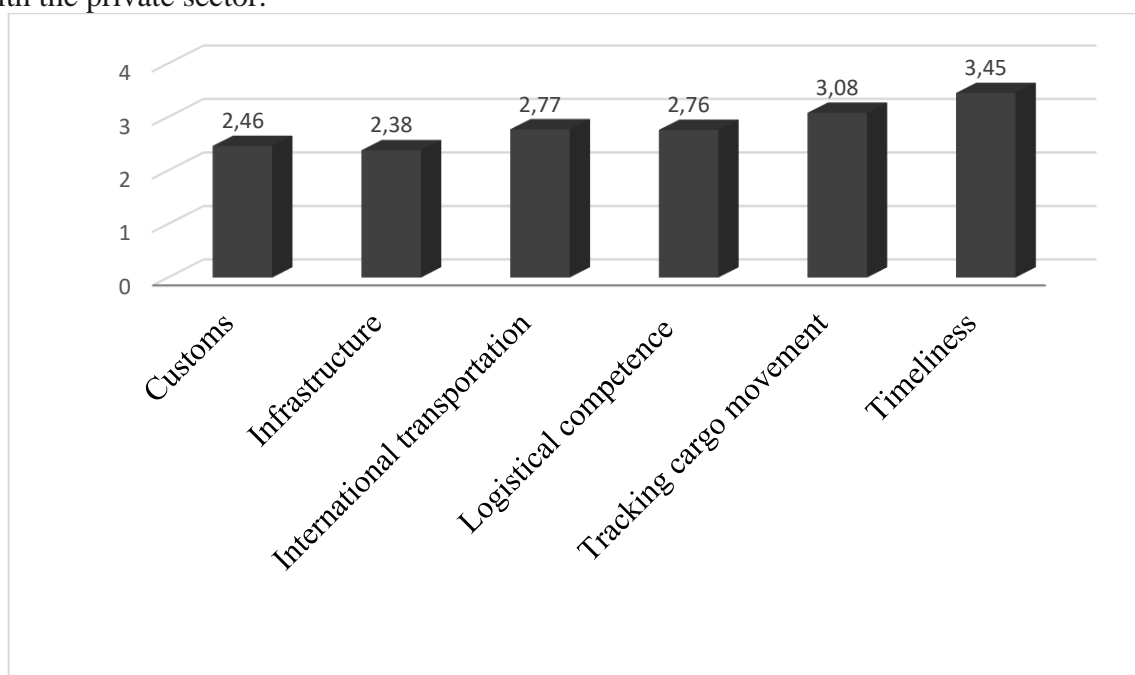


Figure 5 - Main composition indicators of LPI in Ukraine

In general, demand for the following types of logistical outsourcing is being demanded in Ukraine (Fig. 5):

1) freight forwarding services. Usually these companies are contacted by the companies where there is a forwarding department. The transport company only performs the transportation of goods, and the preparation of the documents is undertaken by the customer company itself. Most often, the freight forwarding service is more in demand in the Ukrainian market of logistics outsourcing, since it provides for coordination of freight transportation as a whole;

2) warehousing services. Organizing and providing warehousing on the basis of one's own business may prove to be too costly a measure, which entails considerable financial investment, both for the purchase or lease of premises, and for the purchase of warehouse equipment in accordance with the required standards. It is this driving force that drives companies to turn to operators who offer efficient warehousing methods and proven, high quality warehouses.

3) Integrated services (integrated outsourcing). Such a range of services is provided by 3PL and 4PL providers whose competencies can become demanded companies with a complex supply algorithm characterized by the presence of several intermediate stages.

4) Coordination of the procurement process, packaging / repackaging of goods, warehousing, etc. This type of service is most often used by companies with a fairly extensive trading network. In this case, the management of the processes of goods movement and its provision can be too complicated.

5) Customs clearance services are a specific area of logistics that requires functioning within a regulated legal field [14].

The main factors limiting the development of logistics outsourcing in Ukraine are:

- politicization of economic life;
- imperfection of the legislative framework;

- obsolete warehouse space;
- outdated fleet and approach to the formation of transport networks, etc. [15].

In the domestic market, logistics outsourcing is mainly used for transportation and warehousing services, road haulage, and agriculture is currently developing. However, there is a significant problem with the compliance of complex systems and specialized equipment to the relevant standards. In the logistics services market, namely in the field of warehousing, 70% are occupied by redeveloped warehouses and only 10% by highly professional logistics centers and new modern warehouse complexes that meet modern requirements [16]. Starting in 2016, the logistics services market tends to increase the use of autonomy and new management decisions.

Conclusions. Therefore, logistics outsourcing is one of the most effective tools in business processes for solving non-core tasks of enterprises, which gives the opportunity to get real competitive advantages in the market of goods and services. To address the issue of logistic outsourcing, a comparative analysis of costs is required when outsourcing is possible. Adaptation of logistics outsourcing in the domestic market will allow to obtain global competitive advantages in the integration processes in the world environment. We can distinguish the following positive effects of outsourcing and disadvantages (Fig. 6):

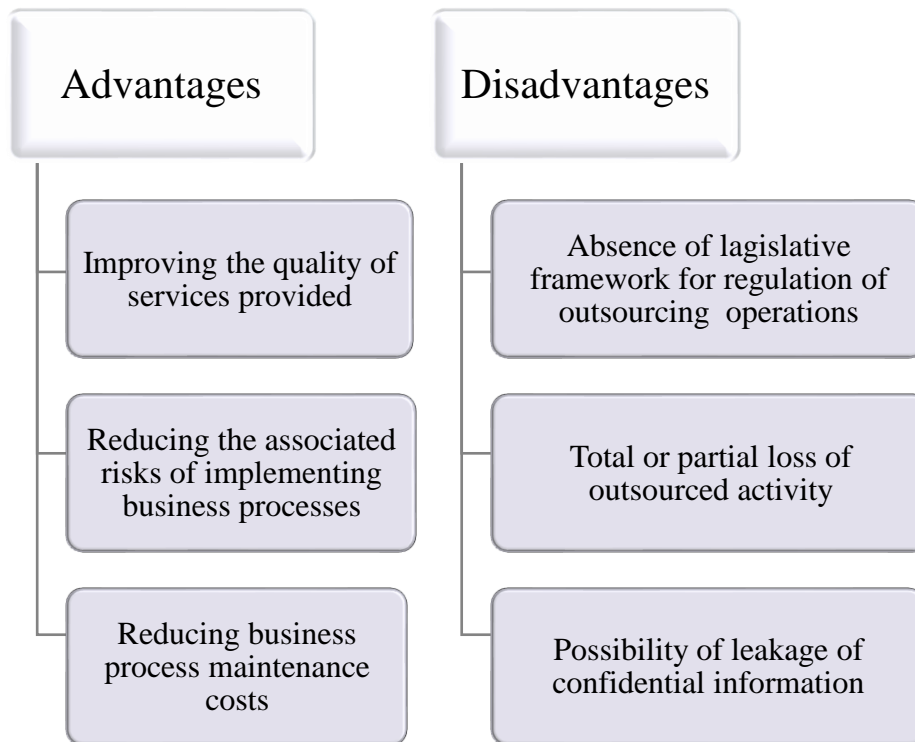


Figure 6 - Advantages and disadvantages of outsourcing

Source: build by author based on [8]

In Ukraine, the use of various types of outsourcing is rapidly developing, as its use substantially increases the competitive advantages of the enterprise due to the use of the latest technologies and optimization of production processes. In general, the Logistics Efficiency Index showed a positive trend in the development of the logistics market. Its further development is possible due to the emphasis on such indicators as «Timeliness» and «Ability to track the movement of goods». Consideration should also be given to expanding the use of 4PL systems in the domestic market and exploring new ways to improve logistics providers.

REFERENCES

1. Heywood, J. Brain. (2001). The outsourcing dilemma: the search for competitiveness. London: Financial Times Prentice Hall [in English].
2. Zahorodnii, A.H., & Partyn, H.O. (2009). Outsorsynh ta yoho vplyv na vytraty pidpriemstva [Outsourcing and its impact on enterprise costs]. *Finansy Ukrainy – Finances of Ukraine*. 9(166). 87-97 [in Ukrainian].
3. Poniatiya: outsorsynh i insorsynh. Preimushchestva i nedostatki [Concepts: outsourcing and insourcing. Advantages and disadvantages]. (n.d.). Retrieved from: <https://students-library.com/library/read/4593-ponatia-outsorsing-i-insorsing-preimusestva-i-nedostatki> [in Russian].
4. Halvey, J.K., & Melby, B.M. (2007). Business process outsourcing: process, strategies, and contracts. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons [in English].
5. Stanislavyk, O.V. & Kovalenko, O.M. (2012). Suchasni aspekty rozvytku lohistrychnoho outsorsynhu v Ukraini [Modern aspects of logistics outsourcing development in Ukraine]. *Informatsiini tekhnologii v osviti, nauksi ta vyrobnytstvi – Information technology in education, science and production*. 1, 107-114 [in Ukrainian].
6. Sharchuk, T. V. (2008). Lohistrychnyi outsorsynh – shliakh do optymizatsii upravlinnia biznes-protsesamy pidpriemstva [Logistics outsourcing – the way to optimize the enterprise business process management]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika» – Bulletin of Lviv Polytechnic National University*. 633, 772-780 [in Ukrainian].
7. Chukurna, O.P., Bilmak, A.V. & Ishchenko, Yu.S. (2017). Lohistrychnyi outsorsynh v umovakh hlobalizatsii [Logistics outsourcing in the context of globalization]. *Young Scientist*. 1(41), 727-731 [in Ukrainian].
8. Prokudin, H.S., Prokudina, I.I., & Bura, O.M. (2018). Analiz rozvytku lohistrychnoho outsorsynhu v Ukraini [Analysis of the logistics outsourcing development in Ukraine]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia – Eastern Europe: Economics, Business and Management*. 4(15), 155-160 [in Ukrainian].
9. The World Bank. Logistics Performance Index. (n.d.). *lpi.worldbank.org*. Retrieved from: <http://lpi.worldbank.org/international/global> [in English].
10. Vasylytsiv, N.M. (2010). Peredumovy ta tendentsii rozvytku hlobalnoi lohistryky [Preconditions and tendencies of global logistics development]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika» – Bulletin of Lviv Polytechnic National University*. 669 [in Ukrainian].
11. Bauersoks, D., & Kloss, D. (2008). Lohistika: intehrirovannaia tsep postavok [Logistical Management: The Integrated Supply Chain Process]. Moscow: Olymp-Business [in Russian].
12. Baiazytov, L.R., Ehorov, A.B., Platonov, O.Y., & Sheiko, A.P. (2009). Tamozhennye aspekty lohistiki: Prakticheskie rekomendatsii po orhanizatsii raboty hruzovoho tamozhennoho kompleksa s ispolzovaniem mekhanizma «edynoho okna» [Customs aspects of logistics: Practical recommendations for organizing the work of the cargo customs complex using the «single window» mechanism]. Kyiv: ALLEGO-PLASKE [in Russian].
13. Khobta, V. M., & Kondratova, A. I. (2013). Pidvyshchennia efektyvnosti lohistrychnoi diialnosti pidpriemstva na osnovi outsorsynhu [Increasing the efficiency of the companies logistic activity on the basis of outsourcing]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu – Bulletin of the Odessa National University*. 18, 127-130 [in Ukrainian].
14. Pasichnyk, A. M., Lebid, I. H., Kuturiev, V. V. et al. (2014). Problemy ta perspektyvy rozvytku lohistrychnoho outsorsynhu v transportnii systemi Ukrainy [Problems and prospects of the logistics outsourcing development in the transport system of Ukraine]. *Upravlinnia proektamy, systemnyi analiz i lohistyka – Project management, system analysis and logistics*. 14(1), 146-159 [in Ukrainian].
15. Global Rankings 2018. The World Bank Group. (n.d.). *lpi.worldbank.org*. Retrieved from: <https://lpi.worldbank.org/international/global> [in English].
16. Krykavskiy, Ye.V., Chornopyska, N.V. (2009). Lohistrychni systemy [Logistics systems]. Lviv Polytechnic National University [in Ukrainian].

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.12

УДК 330.341.1: 334.75

Панкова Л.І., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету

ІННОВАЦІЙНА ПРАЦЯ В СИСТЕМІ ДРАЙВЕРІВ ІННОВАЦІЙНОГО КЛАСТЕРОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

У статті досліджено генезис теорій розвитку інноваційної праці та інноваційних кластерів. Серед драйверів інноваційного кластероутворення визначено інноваційний потенціал підприємства, наукові дослідження та розробки, інформаційні технології, процеси бізнес-інкубування та інтеграцію підприємств регіону у кластерні форми, комерціалізацію інтелектуального продукту. Доведено важливість інноваційної праці персоналу в розвитку інноваційного потенціалу підприємства. Зазначено, що забезпечення розвитку та прискореного формування інноваційних кластерів неможливе без становлення та розвитку інноваційної праці. Надано авторське визначення категорії «інноваційна праця», як трудова діяльність людини, що заснована на використанні професійного знання та навичок, що сприяють отриманню доходу від роботи в галузі (організації) і необхідні для появи на ринку нового продукту (товару або послуги) галузі; використанню в діяльності підприємства галузі нових виробничих процесів, нового організаційного методу тощо. Окреслено коло подальших наукових досліджень щодо інноваційної праці персоналу підприємств в регіональному кластероутворенні як напрями необхідних економічних перебудов на шляху переходу економіки регіону до нооекономіки.

Ключові слова: інновації, інноваційна праця, інноваційний кластер, інноваційний менеджмент, теорії інноваційного розвитку.

Рис. – 1, Табл. – 1, Літ. – 12.

Панкова Л.И.

ИННОВАЦИОННЫЙ ТРУД В СИСТЕМЕ ДРАЙВЕРОВ ИННОВАЦИОННОГО КЛАСТЕРООБРАЗОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

В статье исследован генезис теорий развития инновационной труда и инновационных кластеров. Среди драйверов инновационного кластерообразования определено инновационный потенциал предприятия, научные исследования и разработки, информационные технологии, процессы бизнес-инкубирования и интеграцию предприятий региона в кластерные формы, коммерциализацию интеллектуального продукта. Доказана важность инновационного труда персонала в развитии инновационного потенциала предприятия. Указано, что обеспечение развития и ускоренного формирования инновационных кластеров невозможно без становления и развития инновационного труда. Предоставлено авторское определение категории «инновационная работа», как трудовая деятельность человека, которая основана на использовании профессионального знания и навыков, способствующих получению дохода от работы в отрасли (организации) и необходимые для появления на рынке нового продукта (товара или услуги) области; использованию в деятельности предприятия отрасли новых производственных процессов, нового организационного метода и тому подобное. Очерчен круг дальнейших научных исследований по инновационного труда персонала предприятий в региональном кластерообразовании как

направления необходимых экономических преобразований на пути перехода экономики региона к нооэкономике.

Ключевые слова: инновации, инновационная работа, инновационный кластер, инновационный менеджмент, теории инновационного развития.

Pankova L.

INNOVATIVE WORK IN THE DRIVER SYSTEM OF INNOVATIVE CLUSTERING OF ENTERPRISES OF THE REGION

The article investigates the genesis of theories of development of innovative labor and innovative clusters. Among the drivers of innovative cluster formation are definitely the innovative potential of the enterprise, research and development, information technology, business incubation processes and the integration of regional enterprises in cluster forms, commercialization of an intellectual product. The importance of innovative work of personnel in development of innovative potential of the enterprise is proved. It is noted that ensuring the development and accelerated formation of innovative clusters is impossible without the formation and development of innovative labor. The author's definition of the category "innovative labor" is provided as a person's labor activity, which is based on the use of professional knowledge and skills that contribute to: income from work in the industry (organization); the appearance on the market of a new product; new production processes, etc. The circle of further scientific research of the innovative labor of enterprise personnel in regional cluster formation is outlined as the direction of the necessary economic transformations on the path of transition of the regional economy to nooeconomy.

Keywords: innovations, innovative labour, innovative cluster, innovative management, theories of innovative development.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Зв'язок з науковими та практичними завданнями. Розвиток регіонів в умовах економічних трансформації можливо на основі формування комплексного організаційно-економічного забезпечення системи територіального управління та розробки дієвих механізмів використання потенціалу регіональних підприємницьких структур. Управління інноваційним розвитком в рамках сучасної наукової парадигми розуміється як інтеграційна діяльність, здійснювана в рамках обраної стратегії регіонального розвитку. У свою чергу, регіональна політика – це система заходів щодо управління розвитком регіону (відповідно до потреб та інтересів усіх суб'єктів (влади, бізнесу, населення), що здійснюються відповідно до визначеної регіональної спеціалізації. Вирішення цих завдань вимагає новітнього інструментарію інноваційного управління розвитком підприємства, що розвиває свій інтелектуальний та інноваційний потенціал.

Розуміння ключової ролі людських ресурсів у підвищенні ефективності економічних систем і забезпеченні конкурентоспроможності організацій призвело до того, що в теорії і практиці з'являються нові підходи до вивчення даних категорій і, як наслідок, нові терміни. За умов ринкової економіки підприємствам для досягнення конкурентоздатності необхідно володіти певними перевагами. Серед яких, різні фактори виробництва: земля, капітал, людські ресурси, підприємницькі здібності. Однак, якщо звернути увагу на сучасний ринок, то можна припустити, що процес його функціонування знаходиться під впливом глобалізації, яка, в свою чергу, породила безліч інших факторів, які беруться до уваги при оцінці конкурентоспроможності. Так, під впливом зазначених процесів на зміну постіндустріальної моделі прийшла

інноваційна модель, в якій зміна переваг нерозривно пов'язана з науковими досягненнями та інноваціями.

Досвід провідних країн світу свідчить про те, що одним з найбільш ефективних і перспективних напрямків інноваційного розвитку економіки є формування кластерів. Починаючи з кінця 90-х років, основу стратегій інноваційного розвитку більшості європейських країн становлять національні кластерні програми [1]. Так, лідери рейтингів конкурентоспроможності – Швейцарія, США, Сінгапур, Данія, Швеція, Фінляндія, Німеччина, Нідерланди, Великобританія проводять активну кластерну політику. За оцінками фахівців, в країнах функціонує мережа конкурентоспроможних кластерів, в яких зайнято близько 40 % всіх зайнятих в економіці і які виробляють більше 50 % ВВП. За прикладом провідних країн світу державна підтримка кластерних ініціатив та формування кластерів здійснюється в Індії, Китаї, Австрії, Індонезії, Малайзії, Мексиці, Чехії, Казахстані та ін..[2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми, що розглядається. Дослідженням і розробці теоретико-методологічних основ організації інноваційної економіки присвячені роботи відомих зарубіжних вчених: М.Портера, Е.Дахмія, П.Фішера, І.Толенадо, Д.Сольє, А.Манюшиса, В.Кістанова, В.Новікова, В.Фельдмана. У працях цих учених розглянуті проблеми вдосконалення організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком на рівні окремих галузей, регіонів і підприємств, науково обґрунтовані кластерні механізми та ініціативи, визначені пріоритетні наукові напрями, пов'язані з управлінням інноваційними процесами, побудовою інноваційних систем та ін.

Однак, поки ще не представлені в повному обсязі праці, що розглядають інноваційну працю в системі драйверів інноваційного кластероутворення підприємств регіону. Теоретичні положення щодо визначення інноваційної праці як окремого виду діяльності працівників та її ролі у формуванні інноваційних кластерів остаточно не вирішені, що вимагає подальших наукових досліджень.

Метою даної статті є дослідження ролі інноваційної праці в системі драйверів інноваційного кластероутворення підприємств регіону.

Викладення основного матеріалу. Формування теорій інноваційного розвитку розпочалося у другій половині XIX – першій половині XX ст., хоча ще у XVIII ст. шотландець Адам Сміт (1723-1790) у праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» вказував на роль технологічних інновацій у забезпеченні зростання економічної продуктивності. Він зазначив, що велика частина технологічних новацій належала робітникам, які намагалися вдосконалити умови праці з метою одержання вищої зарплатні [3, с. 250]. Формування теорій інноваційного розвитку в сучасному вигляді є результатом праці усіх, хто досліджував економічний розвиток суспільства та економіки, у процесі якого було виявлено нерівномірність темпів економічного зростання [4, с 55].

У таблиці 1 надано коротку характеристику основних теорій, які пов'язують розвиток інноваційної праці та формування інноваційних кластерів.

Таким чином, генезис теорій розвитку інноваційної праці та формування інноваційних кластерів засвідчує, що за сучасних умов розвитку суспільства та економіки країни інвестори фокусують свої фонди на найбільш привабливих інноваційних об'єктах (проект, підприємство, галузь). Привабливість об'єкта інвестування визначається відносним рівнем його інноваційного потенціалу – базису, який може бути перетворений в комерційно успішне технологічне нововведення.

Таблиця 1

Генезис теорій розвитку інноваційної праці та формування інноваційних кластерів [4, с.85]

Назва теорії, досліджень, період розвитку, послідовники	Зміст основних поглядів
Адам Сміт (1723 – 1790) "Дослідження про природу і причини багатства народів"	зазначав, що велика частина технологічних новацій належала робітникам, які намагалися вдосконалити умови праці з метою одержання вищої зарплатні
Теорія циклічних криз німецького економіста К. Маркса, 1860-ті роки	Стосовно інновацій К. Маркс схилився до думки щодо їх зовнішньої (екзогенної) природи. Він вважав, що винаходи є результатом наукової праці винахідників, які займаються нею, переслідуючи власні інтереси. Водночас він вказував на прямий зв'язок між запровадженням винаходів із нормою прибутку, тобто наголошував на внутрішніх мотивах, якими керуються власники капіталу, приймаючи рішення про введення нових зразків техніки чи нехтування ними
Теорія "довгих хвиль" російського економіста М. Кондратьєва, 1920-ті роки	На відміну від низки інших дослідників, Кондратьєв вважав науково-технічний прогрес не екзогенним, а органічно вбудованим у механізм великих циклів елементом, оскільки їх ритміку визначають не інновації (відкриття і винаходи), а їх запровадження в практику (тобто дифузія). Нова хвиля настає тоді, коли екстенсивна фаза досягає максимуму, що пов'язане з моральним старінням широко поширених технологій. Накопичення капіталу веде до його відносного здешевлення, ставка відсотка і норма прибутку знижуються до такого рівня, що роблять рентабельними ризикові (венчурні) інвестиції в нові техніку і технології. Починається фаза підйому, пов'язана з величезними обсягами нового будівництва, будівництвом нових підприємств і виникненням цілих галузей і т.д. У вищій точці підйому відбувається вичерпання запасів дешевого капіталу і базових нововведень, що знаменує перехід до фази екстенсивного розвитку.
Теорія інноваційного розвитку австрійського економіста Й.Шумпетера, кінець XIX – початок XX ст.	Вперше ввів термін "інновації", які розглядав як зміни у технології та управлінні, як нові комбінації використання ресурсів. Процес розвитку розумів як "здійснення нових комбінацій". Нові комбінації – це нове застосування наявних у народному господарстві запасів засобів виробництва (тобто інтенсивний розвиток економіки). Й.Шумпетер висловив гіпотезу, що інновації з'являються в економічній системі не рівномірно, а у вигляді більш-менш одночасно освоєваних поєднаних новацій-кластерів. Кластер інновацій – сукупність базисних нововведень, що визначають технологічний устрій економіки протягом тривалого часу. Особливу роль у технологічному розвитку відводив підприємцям-новаторам. Наголошував, що підприємець-новатор не знаходить і не створює нових можливостей. Вони існують самі по собі, нагромаджуються і навіть пропагуються, але без підприємця ці можливості не здатні реалізуватися, і тому функція підприємця-новатора полягає в їх реалізації. Інновація – нова функція виробництва.
Теорія технологічного розриву російського економіста М. Познера	Серед основних ідей теорії є те, що високорозвинені країни підтримують масовий рівень інноваційної діяльності, нарощують відповідно обсяги експорту та імпорту високотехнологічної продукції і напівфабрикатів на основі спеціалізації та кооперації, розвивають внутрішньогалузеву торгівлю

Продовження таблиці 1

Теорія інтелектуальної технології австрійського економіста Ф. Хайєка	Ф. Хайєк наголошував, що прагнення підприємців максимізувати прибуток спонукає їх (без жодного примусу з боку держави) відбирати з наявного масиву знань ті, що дають їм змогу по-новому осмислити зв'язки зі споживачами, запропонувати кращий спосіб задоволення їхніх потреб. Отже, слід дати можливість ринковим процесам розвиватися спонтанно, і це сприятиме економічному розвитку. Ф.Хайєк довів, що вирішальну роль сприятливості до інновацій відіграють інституціональні основи суспільства – як формальні (сформовані державою закони, що регламентують економічну діяльність), так і неформальні (встановлені правила, звичаї, традиції, норми поведінки, мораль). Ф.Хайєк 1974 р. став лауреатом Нобелівської премії в галузі економіки
Теорія інноваційної економіки і підприємницького суспільства американського вченого П. Друкера	Інноваційна економіка, за Друкером, має такі характеристики: головною продукцією є нові рішення; провідна роль в економіці належить малим і середнім підприємствам, які очолюють підприємці, що діють на свій страх і ризик; інтелектуалізація праці є основним процесом розвитку виробництва, а витрати на нього і поширення знань – головною формою інвестицій; завдання науки – сприяння інноваціям, які зароджуються, системне, організоване застосування знань у створенні самих знань, що робить їх продуктивними (чого не може зробити держава чи ринок); головна форма власності – це інтелектуальна власність, що структурує суспільство і визначає його розвиток; для розуміння найважливіших економічних процесів, крім мікро- і макроекономіки, необхідна мета-економіка, яка враховує вплив таких могутніх економічних факторів, як демографія, освіта, нові технології, екологія, тип психології людей, рівень культури тощо
Соціально-психологічна модель (Х.Барнет, Є.Вітте, Е.Денісон)	Ключовим фактором економічного розвитку є людський капітал, який трансформується у нові знання. Важлива складова інноваційної діяльності – праця висококваліфікованих технологів, конструкторів, маркетологів, економістів, фінансистів, які виконують специфічні функції з технологічного проектування і конструювання новацій, забезпечення фінансами науково-дослідних і проектно-пошукових робіт, калькулювання витрат ресурсів, цінового проектування, просування на ринок тощо. Усі ці працівники є суб'єктами інноваційної діяльності у вузькому значенні (стосовно окремого підприємства). Однак лише частина з них бере на себе відповідальність за прийняття рішення щодо практичного застосування інновацій на підприємстві. Такі рішення, як правило, є ризиковими і здебільшого приймаються вищим керівництвом підприємства або його власниками. Об'єктом дослідження є перешкоди, які виникають у ході впровадження нововведень. Для їх усунення, за даною теорією, варто організувати плідну спільну роботу "владних стимуляторів" (адміністрації) і "кваліфікованих стимуляторів" (фахівців) – своєрідну творчу групу, в якій спеціалісти створюють новації, а адміністрація – умови для їх впровадження та усунення будь-яких перешкод.

За сучасних конкурентних умов розвитку економіки інноваційний потенціал суб'єкта господарювання найбільш ефективно реалізується в рамках інноваційного кластеру. «Інноваційний кластер, будучи найбільш ефективною формою досягнення сталого розвитку, являє собою об'єднання підприємств, яке дозволяє використовувати переваги двох способів координації системи – інноваційного потенціалу та виробництва, що дає можливість більш швидко і ефективно розподіляти нові знання, наукові відкриття

та винаходи» [5, с. 26]. З іншого боку, інноваційний потенціал може розглядатися і як інструмент пріоритетизації при формуванні кластеру.

Розглянемо та систематизуємо більш детально драйвери інноваційного кластероутворення за наступними групами:

1. Інноваційний потенціал підприємства: формування інноваційної культури та інноваційного клімату, оволодіння навичками стимулювання інноваційної активності персоналу та дифузії інновацій в середині підприємства, розвиток інноваційної праці персоналу, орієнтація на використання відкритих бізнес-моделей та доцільних інноваційних стратегій, удосконалення бізнес-процесів та формування інноваційних цінностей;

2. Наукові дослідження та розробки, що спонукають підприємства до співпраці та інтеграції з освітніми, науковими, владними структурами в рамках створення і реалізації інноваційних проектів;

3. Інформаційні технології, які надають можливість: створення "платформ технологій", які є актуальними в глобальному масштабі і які можуть бути об'єднані з регіональними; долучитися до глобальних інноваційних мереж, які сприяють обміну інтелектуальною власністю;

4. Процеси бізнес-інкубування та інтеграція підприємств регіону у кластерні форми з метою отримання синергетичного ефекту є потужним драйвером інноваційного кластероутворення.

У сучасному інноваційному менеджменті широко використовуються поняття інноваційного потенціалу та інноваційних ресурсів, що характеризують здатність підприємства до здійснення діяльності за принципами сталого розвитку суспільства.

Інноваційний потенціал підприємства являє собою складну нелінійну функцію потенціалів окремих видів ресурсів, яка повинна бути об'єктом конкретного творчого аналізу в кожному випадку [5, с.27].

Інноваційні ресурси включають в себе:

інноваційну працю;

відповідність організаційних структур і систем управління завданням розвитку інноваційного процесу;

нематеріальні активи, що представлені патентами, ноу-хау, прототипами, комп'ютерними програмами і т.д.;

науково-технічний заділ у вигляді незавершених інноваційних проектів;

фінансове забезпечення інноваційної діяльності [6, с. 9].

Так, за умов сучасного розвитку суспільства, коли перед людством постають нові цілі й завдання, змінилася роль індивіда в регіональному соціумі – він стає ініціатором інноваційних ідей і тим самим перетворює знання в основний фактор виробництва, в головний економічний ресурс регіону [7, с. 11]. Тому, зауважимо, що забезпечення розвитку та прискореного формування інноваційних кластерів неможливе без становлення та розвитку інноваційної праці, яка має свої особливості. Розглянемо визначення категорії «інноваційна праця» та її місце у формуванні та розвитку інноваційних кластерів.

В рамках еволюційного підходу О. Герасименко стверджує, що термін «інноваційна праця» є похідним від терміну «інновація» та наводить характерні риси інноваційної праці, що полягають у наступному [8, с. 213]:

застосування складних засобів праці у трудовій діяльності;

мультиопераційність трудових процесів, їх багатоаспектність, різноплановість на відміну від монодіяльності за технократичною системою;

обізнаність працівників у специфіці технологічних процесів у цілому, а не лише їх окремих етапів та операцій;

підвищення частки контрольних операцій, які вимагають особливого зосередження уваги, підвищеного психологічного навантаження;

необхідність самостійного прийняття рішень, що забезпечують створення якісного кінцевого продукту праці.

В рамках системного підходу Е. Лутохіна визначає інноваційну працю як активність суб'єкта, при якій свій особовий трудовий потенціал він використовує як основний засіб практичного впровадження якихось новацій, внаслідок чого створюється інноваційний продукт і забезпечується зростання соціально-економічної ефективності [9, с.45].

Вищенаведені визначення категорії «інноваційна праця», на думку автора не повно враховують соціальну, економічну та інформаційну спрямованість інноваційного розвитку. На нашу думку, **інноваційна праця** – це трудова діяльність людини, що полягає у сукупності її функціональних можливостей; способів і засобів її мислення з метою відтворення і розвитку системи економічних та соціальних відносин в системі інформаційного суспільства, результатом якої є постійне перевищення попередніх результатів подальшими.

У зв'язку з цим інноваційна праця набуває інвестиційний і мережевий характер. Інвестиційний характер інноваційної праці – це постійне інвестування працівником у власний людський капітал. Мережевий характер – спосіб організації діяльності працівників, пов'язаний з їх взаємодією в рамках мережевих структур інноваційного кластеру.

В якості інтегруючого поняття, пояснюючого процес перетворення працівниками знання в економічний, виробничий ресурс, пропонується категорія «інноваційна праця». **Інноваційна праця** – трудова діяльність людини, що заснована на використанні професійного знання та навичок, що сприяють отриманню доходу від роботи в галузі (організації) і необхідні для появи на ринку нового продукту (товару або послуги) галузі, для використання в діяльності підприємства галузі нових виробничих процесів, нового організаційного методу тощо. Авторське визначення акцентує увагу на використанні в трудовій діяльності інноваційних знань та активації інноваційної діяльності.

Нам видається вдалим визначення інноваційної діяльності, даної В.Лісовим. «Інноваційна діяльність – процес, спрямований на реалізацію результатів закінчених науково-дослідних розробок або інших науково-технічних досягнень у новий чи удосконалений продукт, реалізований на ринку, у новий чи удосконалений технологічний процес, використовуваний у практичній діяльності» [10, с.4]. На основі наданого трактування інноваційної праці як окремого виду діяльності працівників спробуємо визначити її роль у формуванні інноваційних кластерів регіону (рисунок 1).

За дослідженнями О. Устенко [11, с. 12], джерелами ідей нових продуктів є аналіз потреб і запитів споживачів (11,5 % від їх загальної кількості), розробки науково-технічних працівників самих підприємств і залучених зі сторони (76,5%), аналіз діяльності конкурентів (8,0%), пропозиції торгових і збутових посередників (1,0%), консультаційних фірм (0,5%), працівників підприємства (2,5%), тобто переважну більшість інноваційних ідей формують працівники підприємства, спираючись на власні уявлення щодо того, якими мають бути нові товари, технології тощо, не аналізуючи в достатній мірі потреби і запити споживачів. Тому частка прийнятих ідей у цілому по Україні не перевищує 20%. Для порівняння: в Японії вона складає 68%, США – 52%, Швеції – 45%, Польщі – 30% [12, с.181].

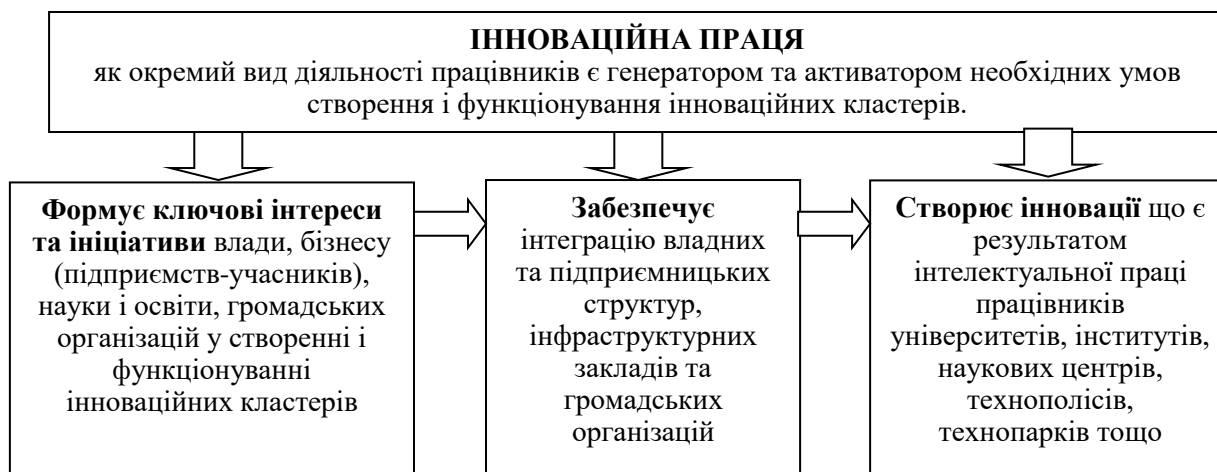


Рисунок 1 - Роль інноваційної праці підприємств у формуванні інноваційних кластерів регіону

Джерело: складено автором

Таким чином, розвиток інноваційної праці є генеруючим фактором у формуванні інноваційних кластерів та надає їм можливість отримувати високий і стабільний економічний і соціальний ефекти, оскільки саме інноваційна праця здатна забезпечити креативну діяльність у виробничих, наукових, управлінських та інших колективах і спільнотах на базі постійного підвищення якості трудового життя та неперервного професійно-кваліфікаційного зростання персоналу.

Висновки. Дослідження інноваційної праці в системі драйверів інноваційного кластероутворення підприємств регіону засвідчує що:

за сучасних умов розвитку суспільства та економіки країни інвестори фокусують свою увагу на найбільш привабливих інноваційних об'єктах (проект, підприємство, галузь);

сучасні соціальні та економічні перетворення базуються на фахівцеві, що динамічно розвивається і який має здатність до творчої праці;

головною рушійною силою у формуванні та розвитку інноваційних кластерів є інноваційна праця, що посіла фундаментальне місце в усіх сегментах діяльності кластера.

Комплекс умов, що формують інтерес бізнесу до інноваційного розвитку потребує переходу економіки регіону до нооекономіки, яка працює на людину її потреби в рамках реалізації принципів сталого розвитку. Зміст економічних перебудов в регіоні в цьому напрямі повинен базуватися на:

1. Перебудові відносин власності, що спрямовані на створення її ефективних форм, що орієнтують суб'єктів економічних відносин регіону на шлях інноваційного та сталого розвитку. Створення ефективних форм власності породжує економічні інтереси інноваційного кластероутворення, що відбиває потреби інноваційного розвитку підприємств регіону;

2. Формуванні механізму реалізації прав власності на наукову та інноваційну продукцію та забезпечення процесу їх комерціалізації;

3. Розробці критеріїв та показників оцінки інноваційної праці на всіх стадіях життєвого циклу інновації.

Наведені напрями економічних перебудов на шляху переходу економіки регіону до нооекономіки окреслює коло подальших наукових досліджень активізації інноваційної праці персоналу підприємств в регіональному кластероутворенні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабилова А.В., Федотова А.Ю. Методические подходы к идентификации кластерных образований // Экономика и менеджмент инновационных технологий. № 12 (27) Декабрь 2013. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/12/3421>.
2. Казанцев А.К., Никитина И.А. Инновационные кластеры в региональных стратегиях // Вестник СПбГУ. Серия «Менеджмент», вып. № 4 – С-Птб, 2011 г. – С.450.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов – М.: Соцэкгиз, 1962 – С. 332.
4. Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посібник для студ. вузів / В. І. Захарченко, Н. М. Корсікова, М. М. Меркулов; ОНУ ім. І.І. Мечникова, [та ін.]. – К.: Центр учбової літ., 2012. – 446 с.
5. Колосова Т.В. Формирование и эффективное использование инновационного потенциала предприятия. Текст.: моногр. / Т.В. Колосова. Нижний Новгород: Изд-во ННГАСУ, 2010. – 230.
6. Кирюхин В.В. Формирование механизма управления инновационной деятельностью организаций санаторно-курортной сферы // Проблемы современной экономики, N 3 (23), 2007. – С. 8–17.
7. Гарафиев И.З. Роль инновационного человеческого капитала в процессах регионализации и глобализации // Регионология. 2011. № 4. С. 9–15.
8. Герасименко О. О. Інноваційна праця: особливості змісту та соціально-економічної форми / О.О. Герасименко // Економіка та підприємництво [Електронний ресурс]: зб. наук. праць молодих учених та аспірантів / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. Ун-т ім. В. Гетьмана"; відп. ред. С.І. Дем'яненко. – 2008. – Вип. 20. – С. 210–219.
9. Лутохина Э. Креативная трудовология: начала инноватики / Э. Лутохина – Мн., 2008. – 253 с.
10. Лисов В.И. Роль, задачи и принципы государственной инновационной политики на современном этапе социально-экономического развития России. М., 2004. С. 4 – 5.
11. Устенко О. Інноваційне підприємництво в Україні: стан та перспективи розвитку / О. Устенко // Економіка. Фінанси. Право. – 2009. – № 6. – С. 11 – 14
12. Інноваційна праця як основа активізації сучасного підприємництва / Н. А. Карамушко // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 1. - С. 181-187.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.13

УДК 368.03:005.915(476)

Рубан Т.Є., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів Білоруського державного економічного університету

Сидорова А.В., асистент кафедри фінансів Білоруського державного економічного університету

ОЦІНКА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ РЕСПУБЛІКИ БІЛОРУСЬ

Сталий розвиток страхових організацій, спрямований на забезпечення їх платоспроможності з метою захисту інтересів страхувальників, є головним пріоритетом страхового ринку Республіки Білорусь. Найважливішим показником, що характеризує надійність і стійкість страхового ринку, є платоспроможність страхової компанії. Предмет дослідження – процес оцінки платоспроможності страхових організацій. Мета – аналіз діючої практики оцінки платоспроможності страхових організацій в Республіці Білорусь. Інструментами підтримки платоспроможності страхових компаній Республіки Білорусь є страхові тарифи, страхові резерви, інвестиції та перестраховування. Розглянуто практичне застосування цих інструментів в діяльності страхових організацій Республіки Білорусь. Відповідно до Інструкції про критерії і порядок оцінки платоспроможності страхових організацій, під платоспроможністю страхової організації розуміється розрахункова величина, в межах якої страховик, виходячи із специфіки укладених договорів і обсягу прийнятих страхових зобов'язань, повинен володіти власним капіталом, вільним від будь-яких майбутніх зобов'язань, за винятком прав вимоги власників майна. Оцінка платоспроможності передбачає зіставлення величин фактичного і нормативного розмірів маржі платоспроможності, в основі розрахунку яких лежать дані фінансової звітності страхової організації. Процес оцінки платоспроможності страхових організацій Республіки Білорусь також містить розрахунок та контроль дотримання нормативів безпечного функціонування. Зроблено висновок про те, що в Республіці Білорусь використовується комбінований підхід щодо оцінки платоспроможності страхових організацій, який передбачає два напрями: зіставлення величин фактичного і нормативного розмірів маржі платоспроможності та оцінку виконання нормативів безпечного функціонування. Процес оцінки платоспроможності страхової організації повинен враховувати всі сторони її діяльності і дозволяти аналізувати чинники, що впливають на її платоспроможність. Чинники повинні враховувати як характерні для всіх учасників страхового ринку риси, так і специфічні характеристики певної страхової організації.

Ключові слова: платоспроможність, фактичний розмір маржі платоспроможності, нормативний розмір маржі платоспроможності, нормативи безпечного функціонування, інструменти підтримки платоспроможності.

Літ. - 15

Рубан Т.Е., Сидорова А.В.

ОЦЕНКА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Устойчивое развитие страховых организаций, направленное на обеспечение их платежеспособности с целью защиты интересов страхователей, является главным приоритетом страхового рынка Республики Беларусь. Важнейшим показателем, характеризующим надежность и устойчивость страхового рынка, является

платежеспособность страховой компании. Предмет исследования – процесс оценки платежеспособности страховых организаций. Цель – анализ действующей практики оценки платежеспособности страховых организаций в Республике Беларусь. Инструментами поддержания платежеспособности страховых компаний Республики Беларусь являются страховые тарифы, страховые резервы, инвестиции и перестрахование. Рассмотрено практическое применение этих инструментов в деятельности страховых организаций Республики Беларусь. В соответствии с Инструкцией о критериях и порядке оценки платежеспособности страховых организаций, под платежеспособностью страховой организации понимается расчетная величина, в пределах которой страховщик, исходя из специфики заключенных договоров и объема принятых страховых обязательств, должен обладать собственным капиталом, свободным от любых будущих обязательств, за исключением прав требования собственников имущества. Оценка платежеспособности предполагает сопоставление величин фактического и нормативного размеров маржи платежеспособности, в основе расчета которых лежат данные финансовой отчетности страховой организации. Процесс оценки платежеспособности страховых организаций Республики Беларусь также включает расчет и контроль соблюдения нормативов безопасного функционирования. Сделан вывод о том, что в Республике Беларусь используется комбинированный подход к оценке платежеспособности страховых организаций, предусматривающий два направления: сопоставление величин фактического и нормативного размеров маржи платежеспособности и оценку выполнения нормативов безопасного функционирования. Процесс оценки платежеспособности должен учитывать все стороны деятельности страховой организации и позволять анализировать факторы, влияющие на ее платежеспособность. Факторы должны учитывать, как характерные для всех участников страхового рынка условия, так особенности конкретной страховой организации.

Ключевые слова: платежеспособность, фактический размер маржи платежеспособности, нормативный размер маржи платежеспособности, нормативы безопасного функционирования, инструменты поддержки платежеспособности.

Ruban T., Sidorova A.

SOLVENCY ASSESSMENT OF INSURANCE ORGANIZATIONS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Sustainable development of insurance organizations aimed at ensuring their solvency in order to protect the interests of policyholders is the main priority of the insurance market of the Republic of Belarus. The most important indicator characterizing the reliability and stability of the insurance market is the solvency of the insurance company. The subject of the study is the process of assessing the solvency of insurance organizations. The goal is to analyze the current practice of assessing the solvency of insurance organizations in the Republic of Belarus. The tools to maintain solvency of insurance companies of the Republic of Belarus are insurance rates, insurance reserves, investments and reinsurance. The practical application of these tools in the activities of insurance organizations of the Republic of Belarus is considered. In accordance with the Instruction on the criteria and procedure for assessing the solvency of insurance organizations, the solvency of an insurance company is the estimated value, within which the insurer, based on the specifics of the concluded contracts and the volume of insurance obligations assumed, should have its own capital free from any future obligations, with the exception of rights of claim of property owners. Solvency assessment involves a comparison of the actual and standard sizes of the solvency margin, which are based on the financial statements of the insurance organization. The process of assessing the solvency of insurance organizations

of the Republic of Belarus also includes the calculation and monitoring of compliance with safe functioning standards. It is concluded that the Republic of Belarus uses a combined approach to assessing the solvency of insurance organizations, which provides for two areas: a comparison of the actual and standard sizes of the solvency margin and an assessment of the implementation of safe functioning standards. The solvency assessment process should take into account all aspects of the insurance organization and allow the analysis of factors affecting its solvency. Factors should take into account both the conditions typical for all participants in the insurance market and the particularities of a particular insurance organization.

Key words: solvency, the actual size of the solvency margin, the normative size of the solvency margin, safe operation standards, solvency support tools.

Постановка проблеми. Надійний страховий ринок, який відповідає вимогам якості надання страхових послуг, забезпечує їх доступність та прозорість, повинен складати основу стабільної та ефективної економічної системи будь-якої країни. Найважливішим показником, що характеризує надійність і стійкість страхового ринку, є платоспроможність страхової компанії, яка визначає її здатність відповідати за своїми зобов'язаннями в будь-який момент часу.

Сталий розвиток страхових організацій, спрямований на забезпечення їх платоспроможності з метою захисту інтересів страхувальників, є головним пріоритетом страхового ринку Республіки Білорусь. Практична реалізація цього завдання ґрунтується на певних методичних засадах щодо оцінки платоспроможності страхових організацій, які б передчасно, заздалегідь дозволяли відзначити негативні тенденції в їх розвитку.

Як відомо, страхова діяльність характеризується певною специфікою, пов'язаною з особливим характером виникнення зобов'язань та організацією процесу страхування, що зумовлює необхідність наявності у страхової компанії додаткових фінансових гарантій. Основну частину своїх активів страхова організація формує за рахунок залучених коштів, проте, як терміни, так і розміри майбутніх виплат страхувальникам вона може оцінити з великим ступенем ймовірності. Тому практичне наповнення економічного змісту поняття платоспроможності у сфері страхової діяльності відрізняється порівняно з іншими секторами економіки. Все вищенаведене обумовлює актуальність дослідження питання оцінки платоспроможності страхових організацій.

Аналіз останніх досліджень. Вивчення проблеми оцінки платоспроможності страхових компаній знайшло відображення в сучасних наукових дослідженнях [1-4]. Так, приділяється увага щодо узагальнення та класифікації факторів, що впливають на платоспроможність страхової компанії, вивчення платоспроможності страхової компанії з позиції системного підходу [1]. Пропонуються нові підходи до оцінки ризику фінансової стійкості страхової компанії, зокрема, використання інтегрального методу [2]. Важлива увага приділяється міжнародним стандартам регулювання платоспроможності страхових компаній на основі ризик-орієнтованого підходу [3]. Регулювання і контроль платоспроможності страхових компаній розглядають в контексті проблеми фінансової безпеки страхового ринку [4].

Метою даної роботи є аналіз діючої практики оцінки платоспроможності страхових організацій в Республіці Білорусь.

Виклад основного матеріалу. В Республіці Білорусь платоспроможність страхової організації визначається Інструкцією про критерії і порядок оцінки платоспроможності страхових організацій (постанова Міністерства фінансів Республіки Білорусь № 73 від 10 травня 2007 року). Відповідно до цього документу, під платоспроможністю страхової організації розуміється розрахункова величина, в межах

якої страховик, виходячи із специфіки укладених договорів і обсягу прийнятих страхових зобов'язань, повинен володіти власним капіталом, вільним від будь-яких майбутніх зобов'язань, за винятком прав вимоги власників майна (засновників, учасників) [5].

Джерелом інформації для оцінки платоспроможності страхових організацій є фінансова звітність, складена відповідно до постанови Міністерства фінансів Республіки Білорусь № 2 «Про окремі питання ведення бухгалтерського обліку, складання та подання бухгалтерської звітності страховими організаціями» від 11 січня 2010 року [6].

В якості інструментів підтримки платоспроможності страхові компанії Республіки Білорусь використовують економічно обґрунтовані страхові тарифи; страхові резерви, достатні для виконання зобов'язань за договорами страхування, співстрахування, взаємного страхування; інвестиції; перестрахування.

Розмір страхового тарифу впливає на обсяг страхової премії, яку отримає страхова організація, тобто обумовлює обсяг її доходів. Для забезпечення платоспроможності розрахунок страхового тарифу повинен бути економічно обґрунтований, оскільки низький страховий тариф, хоч і дає можливість залучити більше страхувальників, може призвести до нездатності страхової організації платити за своїми зобов'язаннями. Методика розрахунку страхового тарифу за видами добровільного страхування визначена додатками 1 і 2 до наказу Міністерства фінансів Республіки Білорусь № 270 від 23 вересня 2016 року «Про встановлення методик розрахунку страхових тарифів» (додаток 1 – за видами страхування іншими, ніж страхування життя, додаток 2 – по страхуванню життя і додаткової пенсії) [7]. Але зазначена методика носить рекомендаційний характер. страхова організація може використовувати інші методи розрахунку страхових тарифів за видами добровільного страхування, проте використаний нею метод повинен мати економіко-математичне обґрунтування.

Наступним інструментом підтримки платоспроможності страхової організації є страхові резерви. Для забезпечення виконання прийнятих на себе страхових зобов'язань страхові організації Республіки Білорусь утворюють такі страхові резерви:

- з нарахованих страхових внесків: за видами страхування, які належать до страхування життя, – математичні резерви; за видами страхування, що не відносяться до страхування життя, – технічні резерви;
- по обов'язковому страхуванню від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань, обов'язковому страхуванню з державною підтримкою врожаю сільськогосподарських культур, худоби і птиці – спеціальний страховий резерв;
- з прибутку, отриманого від здійснення інвестицій за допомогою вкладення коштів математичних резервів за видами страхування, які належать до страхування життя, і їх розміщення, – резерв додаткових виплат [8].

Методика розрахунку математичних, технічних резервів, а також резерву додаткових виплат визначена постановою Міністерства фінансів Республіки Білорусь № 188 «Про порядок і умови утворення страхових резервів страхових організацій» від 17 грудня 2007 року [9]. Проте страхові організації у певних випадках можуть використовувати інший порядок розрахунку страхових резервів за погодженням з Міністерством фінансів. Крім того, на випадок невиконання своїх зобов'язань, від страхових внесків за видами страхування, які належать до страхування життя, видами обов'язкового страхування (за винятком обов'язкового державного страхування, обов'язкового страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань, обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів та інших випадків, передбачених актами Президента Республіки

Білорусь) страхові організації зобов'язані створювати гарантійні фонди. Кошти цих фондів мають цільове призначення і виділяються страховику за рішенням Президента Республіки Білорусь в разі неможливості виконання страховою організацією своїх зобов'язань за вказаними видами страхування [8]. Також страхові організації зобов'язані створювати фонди попереджувальних (превентивних) заходів від страхових внесків за видами обов'язкового страхування (за винятком обов'язкового державного страхування), і видами добровільного страхування (крім добровільного страхування додаткової пенсії). Ці кошти також мають цільове призначення і використовуються для фінансування заходів, спрямованих на зниження можливих збитків від страхових випадків та їх запобігання [8].

Ще одним інструментом підтримки платоспроможності страхових організацій, як вже відзначалося, є інвестиції. Міністерство фінансів Республіки Білорусь регламентує порядок і умови утворення страхових резервів, разом з тим, воно надає права страхової організації встановлювати правила їх утворення індивідуально. Інвестування страхових резервів повинне враховувати принципи зворотності, прибутковості, ліквідності та диверсифікованості.

Державні страхові компанії і страхові компанії, з часткою державної власності в статутних фондах понад 50%, мають право вкладати кошти страхових резервів в наступні об'єкти інвестицій:

- державні цінні папери, цінні папери Національного банку Республіки Білорусь, цінні папери місцевих виконавчих і розпорядчих органів;
- цінні папери ВАТ «Банк розвитку Республіки Білорусь» і державних банків (за винятком акцій);
- дорогоцінні метали з розміщенням їх в державних банках.

Інші страхові компанії можуть інвестувати кошти страхових резервів, крім перерахованих об'єктів, в цінні папери юридичних осіб Республіки Білорусь, в тому числі банків (крім акцій та векселів) [10].

В процесі інвестування коштів страхових резервів в об'єкти інвестицій (за винятком державних цінних паперів), страхові компанії зобов'язані дотримуватися певних співвідношень:

- за видами страхування, які належать до страхування життя:
 - цінні папери Національного банку Республіки Білорусь – не більше 10% від суми страхових резервів;
 - цінні папери банків Республіки Білорусь – не більше 20% від суми страхових резервів;
 - цінні папери місцевих виконавчих і розпорядчих органів – не більше 10% від суми страхових резервів;
 - цінні папери юридичних осіб Республіки Білорусь, які не є банками, – не більше 20% від суми страхових резервів;
 - дорогоцінні метали – не більше 10% від суми страхових резервів;
- за видами страхування іншими, ніж страхування життя:
 - цінні папери Національного банку Республіки Білорусь – не більше 15% від суми страхових резервів;
 - цінні папери банків Республіки Білорусь – не більше 25% від суми страхових резервів;
 - цінні папери місцевих виконавчих і розпорядчих органів – не більше 15% від суми страхових резервів;

- цінні папери юридичних осіб Республіки Білорусь, які не є банками, – не більше 25% від суми страхових резервів;

- дорогоцінні метали – не більше 15% від суми страхових резервів [10].

Ще однією вимогою держави в процесі здійснення інвестиційної діяльності страховими компаніями Республіки Білорусь є дотримання нормативу максимальної сумарної вартості цінних паперів одного емітента. Так, їх вартість для одного банку Республіки Білорусь не повинна перевищувати: за видами страхування, які належать до страхування життя, 10% від суми страхових резервів, інвестованих в цінні папери банків Республіки Білорусь (за винятком ВАТ «Банк розвитку Республіки Білорусь»); за видами страхування іншими, ніж страхування життя, – 15% від суми страхових резервів. Ці ж обмеження стосуються інвестицій в цінні папери місцевих виконавчих і розпорядчих органів, і цінні папери юридичних осіб.

Перестраховування є ще одним інструментом підтримки платоспроможності страхової організації. Його мета – забезпечення платоспроможності страхової організації, яка приймає на свій ризик занадто високу для неї страхову суму, оскільки виплата страхового відшкодування при настанні страхового випадку може привести до нездатності виконання нею прийнятих на себе страхових зобов'язань.

В Республіці Білорусь діє постанова Міністерства фінансів Республіки Білорусь № 145 від 29 листопада 2006 року «Про затвердження Інструкції про порядок передачі страховими організаціями прийнятих зобов'язань за договором добровільного страхування, іншого, ніж страхування життя, з перевищенням встановленого законодавством нормативу відповідальності республіканському унітарному підприємству «Білоруська національна перестраховування». Відповідно до цього документа, страхові організації зобов'язані передавати певну частину ризику виконання своїх зобов'язань республіканському унітарному підприємству «Білоруська національна перестраховування» [11].

Вже згаданий документ [5] визначає процес оцінки платоспроможності страхових організацій в Республіці Білорусь. Згідно з ним, оцінка платоспроможності передбачає зіставлення величин фактичного і нормативного розмірів маржі платоспроможності, в основі розрахунку яких лежать дані бухгалтерського обліку і фінансової звітності страхової організації.

Фактичний розмір маржі платоспроможності страхової організації розраховується як сума статутного фонду, додаткового фонду, резервного фонду, нерозподіленого прибутку звітного року та минулих років, яка зменшена на суму непокритих збитків звітного року та минулих років, нематеріальних активів, заборгованості власників по внесках в статутний фонд, власних акцій (часток у статутному фонді), викуплених у акціонерів, дебіторської заборгованості, щодо якої минув термін позовної давності.

Нормативний розмір маржі платоспроможності страхової організації за видами страхування, які належать до страхування життя, дорівнює 4% резерву за видами страхування, які належать до страхування життя. Нормативний розмір маржі платоспроможності за видами страхування, що не відносяться до страхування життя, розраховується на підставі даних про страхові внески та страхові виплати. Він дорівнює найбільшому із наступних двох показників, помноженому на поправочний коефіцієнт. Перший показник розраховується на основі страхових внесків. Він дорівнює 18% від суми страхових внесків за розрахунковий період, зменшеної на суму повернутих страхових внесків (за мінусом відрахувань від страхових внесків до фондів попереджувальних (превентивних) заходів; інших відрахувань від страхових внесків у

випадках, передбачених законодавством). Розрахунковим періодом для обчислення даного показника є рік, що передує звітній даті. Другий показник розраховується на основі страхових виплат. Він дорівнює 26% від однієї третини суми: страхових виплат (зменшеної на суми повернення виплаченого страхового відшкодування та страхового забезпечення), за мінусом сум надходжень, пов'язаних з реалізацією прав вимоги страхувальника (вигодонабувача), які надійшли до страховика; зміни резерву заявлених, але неврегульованих збитків, та резерву збитків, які відбулися, але не були заявлені. Розрахунковим періодом для обчислення даного показника є три роки, що передують звітній даті.

Поправочний коефіцієнт визначається як відношення:

суми: страхових виплат, зменшеної на суми повернення виплаченого страхового відшкодування та страхового забезпечення (за мінусом нарахованої частки перестраховиків у страхових виплатах); зміни резерву заявлених, але неврегульованих збитків та резерву збитків, які відбулися, але незаявлені (за мінусом зміни частки перестраховиків у зазначених резервах);

до суми (не виключаючи частки перестраховиків): страхових виплат, зменшеної на суми повернення виплаченого страхового відшкодування та страхового забезпечення; зміни резерву заявлених, але неврегульованих збитків та резерву збитків, які відбулися, але незаявлені.

Розрахунковим періодом для обчислення поправочного коефіцієнту є рік, що передує звітній даті. При відсутності в розрахунковому періоді страхових виплат поправочний коефіцієнт приймається рівним 1. Якщо поправочний коефіцієнт менше 0,5, він приймається рівним 0,5, якщо більше 1 – рівним 1 [5].

Страховик, який здійснює види обов'язкового страхування, має можливість розраховувати нормативний розмір маржі платоспроможності окремо за видами обов'язкового страхування (за винятком обов'язкового страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань) одночасно дотримуючись наступних умов: сума страхових внесків за цим видом страхування становить не менше 25% від суми страхових внесків за видами страхування, що не відносяться до страхування життя; фактичні дані по виду страхування свідчать про стабільні позитивні фінансові результати щороку протягом не менше ніж три роки. В цьому випадку величини відсотків, які використовуються для розрахунку першого і другого показників можуть використовуватися в розмірах менших, ніж це встановлено за видами страхування, що не відносяться до страхування життя, але не менш як дві третини від зазначених величин [5].

По обов'язковому страхуванню від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань розрахунок нормативного розміру маржі платоспроможності проводиться тільки в разі, якщо сума сформованого спеціального страхового резерву на початок звітнього року менша, ніж сума страхових виплат за цим видом страхування за рік, що передує звітньому. Відсотки, які використовуються для розрахунку першого і другого показників розраховуються аналогічно попередньо розглянутого випадка [5].

Фактичний розмір маржі платоспроможності не повинен бути менше її нормативного розміру. Розрахунок цього співвідношення страхова організація здійснює щоквартально. Проте, якщо на кінець звітнього року фактичний розмір маржі платоспроможності перевищує її нормативний розмір менш, ніж на 10%, страховик представляє для узгодження в Міністерство фінансів Республіки Білорусь план оздоровлення фінансового становища, який повинен включати заходи, що забезпечують дотримання співвідношення між фактичним і нормативним розмірами маржі

платоспроможності на кінець кожного звітного періоду, протягом яких планується його реалізація, а також детальне обґрунтування цих заходів.

Наступним напрямом процесу оцінки платоспроможності страхових організацій Республіки Білорусь є розрахунок та контроль дотримання нормативів безпечного функціонування. Ці нормативи встановлює Інструкція про порядок розрахунку, застосування та оцінки виконання нормативів безпечного функціонування для страхових організацій, яка затверджена постановою Міністерства фінансів Республіки Білорусь № 38 від 20 червня 2014 року [12].

Для страхових організацій, що здійснюють види страхування інші, ніж страхування життя, а також для страхових організацій, які здійснюють страхову діяльність виключно з перестраховування, визначено такі нормативи безпечного функціонування:

- норматив, що характеризує збитковість страхової діяльності;
- норматив достатності страхових резервів;
- норматив достатності резервів збитків;
- норматив достатності власного капіталу;
- норматив поточної ліквідності;
- норматив, що характеризує ефективність страхової та фінансово-господарської діяльності [12].

Для страхових організацій, що здійснюють види страхування, які стосуються страхування життя, до нормативів безпечного функціонування відносять [12]:

- норматив достатності власного капіталу;
- норматив покриття страхових резервів;
- норматив, що характеризує ефективність фінансово-господарської діяльності.

Оцінка виконання наведених нормативів здійснюється, як безпосередньо страховими організаціями, так і Міністерством фінансів Республіки Білорусь. Вона охоплює ряд періодів з метою виявлення тенденцій зміни фінансового стану страхової організації в цілому та фінансової стійкості і платоспроможності зокрема.

Таким чином, в Республіці Білорусь використовується комбінований підхід щодо оцінки платоспроможності страхових організацій, який передбачає два напрями: зіставлення величин фактичного і нормативного розмірів маржі платоспроможності та оцінку виконання нормативів безпечного функціонування.

Методика оцінки платоспроможності страхових організацій, яка встановлена документом [5], базується на правилах, закріплених Директивою «Solvency I» Європейського союзу. Ці правила визначають, що розрахунок нормативного запасу платоспроможності страхової організації здійснюється за формулою, яку пропонує регулятор страхового ринку. На думку спеціалістів, недоліком цього підходу є те, що він не враховує індивідуальні ризики страхової компанії; не приймає до розрахунку взаємозалежність активів та зобов'язань; а також те, що нормативні вимоги не скоординовані з внутрішніми корпоративними підходами до ризик-менеджменту [13].

Розглянуті недоліки стандарту «Solvency I» вказують на необхідність переходу Республіки Білорусь до нової концепції оцінки платоспроможності страховиків. Зокрема, мова йде про використання Директиви «Solvency II» [14]. Особливість стандарту «Solvency II» складається в концептуальній зміні підходу щодо оцінки платоспроможності: вона повинна визначатися на основі індивідуальних ризиків, притаманних конкретному страховику. Міжнародні страхові організації вже використовують засновані на принципах Директиви «Solvency II» моделі для розрахунку маржі платоспроможності, що дозволяє їм враховувати більш суворі, ніж встановлені

регулятором страхового ринку, вимоги до капіталу з метою надання додаткових гарантій захищеності страхувальників та підвищення інвестиційної привабливості страховика.

Основний недолік оцінки платоспроможності страхових організацій на основі оцінки виконання ними нормативів безпечного функціонування (документ [12]), полягає у відсутності універсального нормативу оцінки платоспроможності.

Підвищення фінансової стійкості страхового ринку є одним з основних напрямків розвитку страхової діяльності в Республіці Білорусь. Це передбачено Республіканською програмою розвитку страхової діяльності на 2016-2020 роки [15]. Зокрема, планується зміна підходів до розрахунку капіталу страхової організації на основі використання міжнародного стандарту Solvency II. Вимоги цього стандарту будуть запроваджені у наглядову практику щодо розрахунку мінімальних вимог до капіталу і вимог до капіталу для забезпечення платоспроможності, які передбачають розрахунок капіталу по кожній категорії ризику з урахуванням параметрів, заданих регулятором (операційний ризик, ринкові ризики, страхові ризики, ризик неспроможності контрагента і інші) [15].

Висновки. Таким чином, процес оцінки платоспроможності страхових організацій повинен характеризуватися, перш за все, своєю універсальністю, і дозволяти своєчасно приймати управлінські рішення, спрямовані на забезпечення і підтримання платоспроможності страховика. Для цього він повинен враховувати всі сторони діяльності страхової організації і дозволяти аналізувати чинники, що впливають на її платоспроможність. Ці чинники повинні враховувати як ті риси, що характерні для всіх учасників страхового ринку, так і специфічні характеристики, присутні лише певній страховій організації. Процес оцінки платоспроможності страхової організації повинен гарантувати не тільки своєчасне і в повному обсязі виконання зобов'язань, але й забезпечити безперервність її діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Солонина С. В. Факторы обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности страховой организации [Электронный ресурс] / С. В. Солонина, Э. С. Овсяницкий, А. П. Ануфриева // Научный журнал КубГАУ. – 2014. – № 5. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2014/05/pdf/57.pdf>
2. Цветкова Л. И. Интегральный метод оценки риска финансовой устойчивости страховой компании / Л. И. Цветкова, А. М. Белизин // Страховое дело. – 2015. – № 10. – С. 45-51.
3. Барабанова В. В. Совершенствование стандартов оценки платежеспособности страховщиков. Опыт Центрально-Восточной Европы / В. В. Барабанова // Страховое дело. – 2019. – № 1. – С. 10-17.
4. Везубова Т. А. Проблемы финансовой безопасности страхового рынка / Т. А. Везубова // Научные труды Белорусского государственного экономического университета: юбилейный сборник. – Минск: БГЭУ, 2013. – Вып. 6. – С. 54-60.
5. Об утверждении Инструкции о критериях и порядке оценки платежеспособности страховых организаций [Электронный ресурс]: постановление Министерства финансов Республики Беларусь, 10 мая 2006 г., № 73 // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: http://minfin.gov.by/upload/insurance/acts/postmf_100507_73.pdf
6. О ведении бухгалтерского учета, составлении и представлении бухгалтерской отчетности страховыми организациями [Электронный ресурс]: постановление Министерства финансов Республики Беларусь, 11 января 2010 г., № 2 // Министерство

- финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: http://minfin.gov.by/upload/insurance/acts/postmf_110110_2.pdf
7. Об установлении методик расчета страховых тарифов [Электронный ресурс]: приказ Министерства финансов Республики от 23 сентября 2016 г., № 270 // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://minfin.gov.by/supervision/acts/c8dfba3bd5169a59.html>
8. О страховой деятельности [Электронный ресурс]: Указ Президента Республики Беларусь, 25 августа 2006 г., № 530 // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/upload/insurance/acts/ukaz_250806_530.pdf
9. О порядке и условиях образования страховых резервов страховых организаций [Электронный ресурс]: постановление Министерства финансов Республики Беларусь, 17 декабря 2007 г., № 188. – Режим доступа: http://minfin.gov.by/upload/insurance/acts/postmf_171207_188.pdf
10. Об утверждении Положения о порядке осуществления инвестиций и размещения средств страховых резервов страховыми организациями [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 декабря 2006 г., № 1750 // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.minfin.gov.by/upload/insurance/acts/postsm_291206_1750.pdf
11. Об утверждении Инструкции о порядке передачи страховыми организациями принятых обязательств по договору добровольного страхования, иному, чем страхование жизни, с превышением установленного законодательством норматива ответственности республиканскому унитарному предприятию «Белорусская национальная перестраховочная организация» [Электронный ресурс]: постановление Министерства финансов Республики Беларусь, 29 ноября 2006 г., № 145 // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: http://minfin.gov.by/upload/insurance/acts/postmf_291106_145.pdf
12. Об установлении нормативов безопасного функционирования для страховых организаций и утверждении Инструкции о порядке расчета, применения и оценки выполнения нормативов безопасного функционирования для страховых организаций [Электронный ресурс]: постановление Министерства финансов Республики Беларусь, 20 июня 2014 г., № 38 // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: http://minfin.gov.by/upload/insurance/acts/postmf_200614_38.pdf
13. Улыбина Л. К. Эволюционирование системы оценки платежеспособности страховой организации [Электронный ресурс] / Л. К. Улыбина, О. А. Окорокова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2013. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsionirovanie-sistemy-otsenki-platezhesposobnosti-strahovoy-organizatsii/viewer>
14. Об организации и осуществлении деятельности страховых и перестраховочных организаций (Solvency II) [Электронный ресурс]: Директива 2009/138/ЕС Европейского Парламента и Совета Европейского союза от 25.11.2009 // Информационное письмо Банка России от 8 сентября 2016 г. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/71485776/>
15. Республиканская программа развития страховой деятельности на 2016-2020 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 15 ноября 2016 г., № 922 // Совет Министров Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/filed82d61bf349c0a5e.PDF>

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.14

УДК:331.108.45

Сивицька І. Г., к.е.н., доцент кафедри бізнес-статистики та економічної кібернетики ДонНУ імені Василя Стуса

Синиченко А. В., ст.викладач кафедри менеджменту та поведінкової економіки ДонНУ імені Василя Стуса

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПЕРСОНІФІКОВАНОГО НАВЧАННЯ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Стаття присвячена питанням побудови ефективної системи підвищення кваліфікації персоналу в області клієнтоорієнтованості, яка є невід'ємною частиною розвитку самих підприємств та підвищення якості послуг, які вони надають. Основу системи складають освітні процеси, спрямовані на підготовку працівника до професійної діяльності через оволодіння знаннями, навичками та вміннями, необхідними для виконання роботи, яка передбачається конкретною посадою й робочим місцем. Обґрунтовано необхідність та охарактеризовано особливості персоніфікованого підходу до розробки програм навчання персоналу. Реалізація даного підходу дозволяє спиратися на внутрішні ресурси та розробляти перспективні проекти професійно-особистісного зростання фахівців підприємства. Персоніфікований підхід передбачає складання профілю компетенцій для кожної посади та врахування особливостей навчання дорослих, перш за все, підвищені вимоги щодо якості та результатів навчання, а також можливість впливати на процес, темп, методи й засоби. Цикл навчання розглядається як частина загального процесу розвитку людських ресурсів підприємства. Запропоновано алгоритм розробки програми навчання, що починається з аналізу освітніх потреб персоналу, на основі якого відбувається розробка корпоративної програми та визначення її загального бюджету. Обов'язковим етапом після реалізації програми навчання є оцінка ефективності й результативності та посттренінговий супровід. В роботі запропоновано орієнтовну структуру навчального модуля, присвяченого клієнтоорієнтованості, що був апробований в рамках реалізації спеціальної програми підвищення кваліфікації для фітосанітарних інспекторів Головного управління Держпродспоживслужби у Вінницькій області, розробленої Донецьким національним університетом імені Василя Стуса. Отримані результати дослідження можуть бути використані на підприємствах різної форми власності з метою підвищення ефективності процесів організації професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації персоналу.

Ключові слова: розвиток персоналу, клієнтоорієнтованість, підвищення кваліфікації, персоніфікований підхід, програма навчання.

Рис. – 1, Табл. – 1, Літ. – 11.

Сивицкая И. Г., Синиченко А. В.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПЕРСОНИФИЦИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЕМ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ ПЕРСОНАЛА

Статья посвящена вопросам построения эффективной системы повышения квалификации персонала в области клиентоориентированности, которая является неотъемлемой частью развития самих предприятий и повышения качества предоставляемых услуг. Основу системы составляют образовательные процессы,

направленные на подготовку работника к профессиональной деятельности через овладение знаниями, навыками и умениями, необходимыми для выполнения работы, предусматриваемой конкретной должностью и рабочим местом. Обоснована необходимость и охарактеризованы особенности персонифицированного подхода к разработке программ обучения персонала. Реализация данного подхода позволяет опираться на внутренние ресурсы и разрабатывать перспективные проекты профессионально-личностного роста специалистов предприятия. Персонифицированный подход предусматривает составление профиля компетенций для каждой должности и учет особенностей обучения взрослых, прежде всего, повышенные требования к качеству и результатам обучения, а также возможность влияния на процесс, темп, методы и средства обучения. Цикл обучения рассматривается как часть общего процесса развития человеческих ресурсов предприятия. Предложен алгоритм разработки программы обучения, начиная с анализа образовательных потребностей персонала, на основе которого происходит разработка корпоративной программы и определение ее общего бюджета. Обязательным этапом после реализации программы обучения является оценка эффективности и результативности, а также посттренинговое сопровождение. В работе предложена примерная структура учебного модуля, посвященного клиентоориентированности, который был апробирован в рамках реализации специальной программы повышения квалификации для фитосанитарных инспекторов Главного управления Держпродспоживслужбы в Винницкой области, разработанной Донецким национальным университетом имени Василя Стуса. Полученные результаты исследования могут быть использованы на предприятиях различной формы собственности с целью повышения эффективности процессов организации профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала.

Ключевые слова: развитие персонала, клиентоориентированность, повышение квалификации, персонифицированный подход, программа обучения.

Syvytska I., Synychenko A.

ORGANIZATION OF A SYSTEM OF PERSONALIZED TRAINING IN MANAGING OF DEVELOPMENT OF CUSTOMER-ORIENTED STAFF

The article is devoted to the issues of building an effective staff development system in the field of customer focus, which is an integral part of the development of enterprises themselves and improving the quality of their services. The basis of the system made by educational processes aimed to preparing the employee for professional activities through mastering the knowledge, skills and abilities necessary to perform the work provided by a specific position and workplace. The necessity is substantiated and the features of a personified approach to the development of personnel training programs are described. The implementation of this approach allows you to rely on internal resources and develop promising projects of professional and personal growth of the enterprise specialists. A personalized approach involves compiling a profile of competencies for each position and taking into account the characteristics of adult education, first of all, increased requirements for the quality and results of training, as well as the possibility of influencing the process, pace, methods and means of training. The training cycle is considered as part of the overall process of development of human resources of the enterprise. An algorithm for developing a training program is proposed, starting with an analysis of the educational needs of staff, on the basis of which a corporate program is developed and its overall budget is determined. An mandatory step after the implementation of the training program is to evaluate the effectiveness and efficiency, as well as post-training

support. The work proposes an approximate structure of a training module on customer focus, which was tested as part of a special training program for phytosanitary inspectors of the Main Directorate of the State Service for Food Safety and Consumer Protection in the Vinnitsa Region, developed by the Vasil Stus Donetsk National University. The results of the study can be used at enterprises of various forms of ownership in order to increase the efficiency of the processes of organizing vocational training, retraining and advanced training of personnel.

Keywords: staff development, customer focus, advanced training, personalized approach, training program.

Постановка проблеми в загальному вигляді. В умовах глобалізації економіки, зростання невизначеності на внутрішньому й зовнішніх ринках успіх компанії визначається вже не стільки ефективним використанням ресурсів та рівнем витрат, скільки ефективністю взаємодії з ключовими клієнтами, здатністю до повного переформатування діяльності підприємства та всіх його елементів з метою виявлення та задоволення потреб споживача й формування спільними з ним зусиллями кінцевої споживчої цінності власного продукту. Це зумовило необхідність впровадження клієнтоорієнтованого підходу в якості провідної парадигми ведення господарської діяльності, як наслідок - особливі вимоги до персоналу сучасної організації та налагодження системи його безперервного розвитку.

Розвиток персоналу підприємства представляє комплексне, багатогранне поняття, яке охоплює широке коло економічних, соціальних, психологічних та організаційних проблем. Це цілеспрямований та систематичний вплив з метою удосконалення знань, умінь та навичок працівників підприємства, що реалізується через сукупність організаційно-економічних заходів. Основу системи розвитку персоналу складають інформаційні та освітні процеси прямого й непрямого підвищення кваліфікації співробітників, які пов'язані з конкретними посадами й робочими місцями. Розробка ефективної системи навчання клієнтоорієнтованості та впровадження її у діяльність вітчизняних суб'єктів господарювання можливе лише за умови попереднього створення ґрунтового теоретичного та методичного забезпечення цього процесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню розвитку персоналу присвячено багато наукових робіт зарубіжних та вітчизняних дослідників. Так, Есаулова І.А. досліджує еволюційні закономірності й тенденції, що обумовлюють зміну методології й практики розвитку людських ресурсів [1]. Дж. Гіллі запропонував модель індивідуального розвитку й управління ефективністю, спрямовану на виявлення бар'єрів, що перешкоджають працівникові в досягненні найвищих результатів [2]. В роботі [3] Д.Джой-Меттьюз, з співавторами досліджують поняття розвитку людських ресурсів, різні форми й методи цього процесу, методику оцінки та вимірювання результатів. В роботах українських вчених [4,5,6] Гугул О.Я., Плуґіної Ю.А., Збрицької Т.П., Савченко Г.О., Татаревської М.С., також багато уваги приділяється аналізу існуючих підходів до визначення поняття «розвиток персоналу» й моделей розвитку персоналу.

Теоретико-методичні проблеми клієнтоорієнтованого менеджменту також останнім часом активно досліджуються й висвітлюються в публікаціях як зарубіжних так і вітчизняних видань. В роботах Моргулець О.Б. [7], досліджено сутність клієнтоорієнтованого підходу в управлінні підприємством та запропоновано авторську модель сервіс-менеджменту на основі процесного підходу. Продан І. О. [8] обґрунтовує взаємозв'язок клієнтоорієнтованості з конкурентоспроможністю компанії та проводить аналіз методики оцінки рівня клієнтоорієнтованості. Стаття Романчукевич М.Й. [9]

присвячена розробці процесу упровадження клієнтоорієнтованої бізнес-стратегії в діяльність компанії.

Метою дослідження є формалізація процесу розробки системи персоніфікованого навчання в управлінні розвитком клієнтоорієнтованості персоналу. Для досягнення поставленої мети визначено наступні наукові завдання: уточнення особливостей персоніфікованого підходу до навчання в контексті розвитку персоналу, розробка алгоритму формування програми навчання персоналу в управлінні розвитком клієнтоорієнтованості й вимог до змісту програми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під навчанням персоналу в управлінні клієнтоорієнтованістю будемо розуміти освітні процеси підвищення кваліфікації, спрямовані на розвиток професійних знань, умінь і навичок співробітників у сфері клієнтоорієнтованості, а також передачу досвіду ефективної поведінки в відповідних професійно значущих ситуаціях. Процес навчання не завжди однаковий за формою, змістом і способом організації та спрямований як на отримання вузькоспеціальних знань в сфері клієнтоорієнтованості, так і засвоєння загальних корпоративних цінностей компанії.

Зростаючу популярність в системах підвищення кваліфікації набуває сьогодні персоніфікований підхід, який передбачає інтеграцію в освітній процес принципів і технологій персоніфікації та реалізується в контексті підтримуючого навчання.

Персоніфікований підхід є об'єктивним й екологічним чинником розвитку процесу освіти на сучасному етапі [10]. Він ґрунтується на розумінні суб'єкта навчання як відкритої, складної системи, що володіє здатністю самоорганізовуватися й підтримувати себе в стані динамічної рівноваги. Цей підхід передбачає вимогу надавати особам, що навчаються, варіанти освітніх маршрутів і видів освітніх послуг відповідно до потреб, можливостей та кар'єрних перспектив. Реалізація персоніфікованого підходу в системі підвищення кваліфікації персоналу дозволяє спиратися на внутрішні ресурси співробітників і розробляти перспективні проекти їх професійно-особистісного зростання.

Таким чином, навчання персоналу в процесі впровадження системи підвищення клієнтоорієнтованості є частиною загального процесу розвитку людських ресурсів підприємства. Цикл навчання повинен представляти цілісний процес і включати в себе наступні етапи (рис.1):

1. Аналіз потреб персоналу в навчанні:

1.1. Аналіз існуючих розривів в діяльності персоналу: дослідження поведінки співробітників та відгуків клієнтів.

1.2. Визначення можливостей для покращення діяльності персоналу в сфері клієнтоорієнтованості, що не пов'язані з навчанням (мотивація, підбір персоналу, зміна посадових інструкцій).

1.3. Визначення пріоритетів навчання з урахуванням тимчасових обмежень і стратегічних цілей.

2. Розробка корпоративної програми навчання в сфері клієнтоорієнтованості персоналу:

2.1. Встановлення цілей навчальної програми, визначення цільової аудиторії.

2.2. Зміст програми навчання:

2.2.1. Вибір методики навчання (лекції, семінари, тренінги, навчання з використанням комп'ютерних програм і т. ін.).

2.2.2. Розробка навчальних матеріалів (підручники, матеріали семінарів, комп'ютерні програми, презентації й інші матеріали, які будуть використовуватися в процесі навчання).

2.3. Визначення кількості учасників програми навчання із зазначенням функцій / підрозділів, які будуть ними представлені.

3. Бюджетування (визначення загального бюджету програми навчання).

3.1. Розробка вимог до місця проведення й допоміжного обладнання.

3.2. Визначення та відбір провайдера освітніх послуг (кваліфікаційні вимоги до викладачів-тренерів).

4. Реалізація програми навчання.

5. Оцінка програми та результативності навчання:

5.1. Визначення методів корпоративної й індивідуальної оцінки результатів навчання.

5.2. Визначення критеріїв оцінки якості навчання (оцінка тренера-викладача й змісту курсу).

6. Посттренинговий супровід.

Найважливішими принципами розробки програм навчання персоналу в системі управління розвитком клієнтоорієнтованості виступають:

- орієнтація на вирішення конкретних проблем в сфері клієнтоорієнтованості персоналу;

- організація навчання як складової процесу розвитку підприємства ;

- поєднання навчання з методами « неосвітнього » характеру ;

- використання нових освітніх технологій, методів і методик.

При розробці програми навчання необхідно враховувати особливості, пов'язані з процесом навчання дорослих [11].

У числі таких особливостей, що визначають ряд вимог як до організації навчального процесу, так і до викладача доцільно назвати наступні:

- дорослі вважають себе зрілими, автономними й незалежними, та, як наслідок, віддають перевагу навчанню, в якому мають можливість впливати на процес, темп, методи й засоби;

- мотивація до навчання дорослих пов'язана з їх практичними потребами й найважливішим мотиваційним фактором виступає можливість використання отриманих знань і досвіду на практиці, особливо, в ситуаціях змін;

- дорослі мають тенденцію відкидати нові знання й досвід, якщо вони не відповідають їх системі цінностей та переконань;

- на навчальну діяльність дорослого можуть впливати часові, просторові, професійні, побутові й соціальні обмеження;

- дорослий, який навчається, висуває підвищені вимоги щодо якості й результатів навчання;

- найважливішим вторинним мотиваційним фактором необхідно розглядати можливість підвищення самооцінки в процесі навчання.

Першорядну роль в розробці програми навчання відіграє процес визначення потреб і вартості навчання персоналу в галузі клієнтоорієнтованості, що передбачає складання профілю компетенцій для кожної посади, оцінку відповідності цьому профілю співробітників, задіяння їх в процесі впровадження системи підвищення клієнтоорієнтованості, та прийняття рішення про розвиток компетенцій в ключових областях.

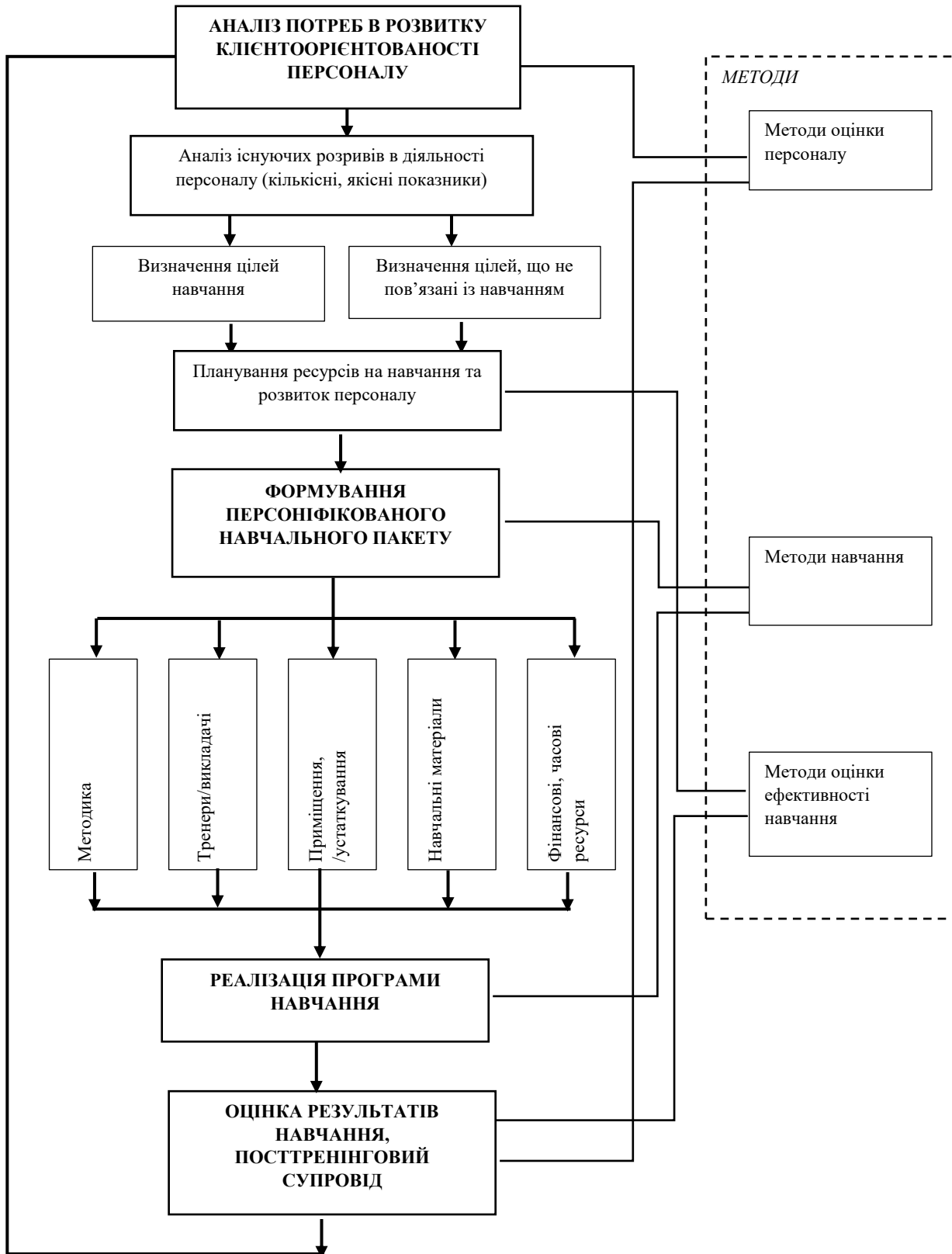


Рисунок 1 - Схема процесу розробки програми навчання персоналу в управлінні розвитком клієнтоорієнтованості

Програми навчання складаються відповідно до категорій слухачів, рівня підготовки, їх ролі в організаційній структурі підприємства. Навчання проводиться в групах і за індивідуальними планами. Обсяг освітніх програм залежить від цілей і завдань навчання, які визначаються за результатами попереднього аналізу рівня розвитку ключових компетенцій персоналу в галузі клієнтоорієнтованості.

У табл.1 представлено приклад структури модулю «Клієнтоорієнтований сервіс: будуємо екосистему» спеціальної програми підвищення кваліфікації для фітосанітарних інспекторів Головного управління Держпродспоживслужби у Вінницькій області, що була розроблена та реалізована Донецьким національним університетом імені Василя Стуса.

Таблиця 1

Структура модулю «Клієнтоорієнтований сервіс: будуємо екосистему»

Елемент	Характеристика
Мета	Підвищення ефективності професійної діяльності і якості обслуговування клієнтів за рахунок розвитку комунікативних навичок та особистісного потенціалу слухачів
Модулі	<p>Модуль 1. Клієнтоорієнтованість: класичний і неокласичний підхід. Екосистемна логіка побудови бізнесу. Основні поняття, типи й складові клієнтоорієнтованості, клієнтоорієнтований сервіс. Аналіз аудиторії клієнтів/споживачів послуг. Задоволеність клієнтів/споживачів послуг: фактори й рівні забезпечення, методи оцінки.</p> <p>Модуль 2. Комунікаційна компетентність – умова ефективної взаємодії із клієнтами/споживачами послуг. Види організаційних комунікацій і їх характеристика. Модель «посилач-одержувач»: втрата й спотворення інформації у спілкуванні. Особливості й бар'єри внутрішньо-організаційних та міжособистісних комунікацій. Методи й прийоми ефективної комунікації з різними типами клієнтів/споживачів послуг.</p> <p>Модуль 3. Емоційний інтелект: значення, оцінка, складові, ознаки й шляхи розвитку. Діагностика особистих емоцій і причин їх виникнення. Конфліктні ситуації з клієнтом/споживачем послуг: типи «проблемних» клієнтів, рівні розвитку конфлікту, основні правила роботи в зоні конфлікту.</p>
Форми проведення занять	Поєднання лекцій з практичними заняттями за системою "learning by doing" (навчання в ході роботи): теоретичні аспекти ілюструються прикладами з практики, використовуються тренінгові форми навчання.
Підсумкова атестація	Виконання проекту «Розробка пропозиції щодо підвищення клієнтоорієнтованості підприємства»

Навчальний процес на всіх його стадіях супроводжується консалтингом - корекція навчальних програм і їх адаптація під конкретних користувачів здійснюється як в процесі їх розробки, так і в ході навчання та при оцінці результатів окремих етапів навчання. У процесі розробки програми навчання враховуються виявлені потреби в навчанні й конкретні події, що відбулися останнім часом в організації, характер взаємовідносин у колективі, рівень взаємодії вищого керівництва й управлінського персоналу, особливості учасників групи, їх соціальний статус, професійна приналежність, вік.

Обов'язковим компонентом реалізації програм підвищення кваліфікації співробітників є питання оцінки ефективності з метою обґрунтування фінансових інвестицій і виявлення інструментів вдосконалення програм навчання. У цей час існує ряд підходів до проведення оцінки, які передбачають аналіз системи навчання й аналіз результатів навчання. Слід відзначити, що аналіз ефективності після проведення навчання носить констатуючий характер і не надає можливості оптимізувати ресурси, що витрачені на навчання. У зв'язку з цим вважаємо за доцільне вже на етапі розробки програми навчання провести дослідження мотивації персоналу з метою прогнозування результативності цього процесу.

З метою підвищення ефективності процесів навчання доцільно розробити корпоративний Стандарт організації професійної підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації персоналу. Стандарт повинен містити вимоги до форм, періодичності й фінансового забезпечення формування ключових компетенцій персоналу, до організації професійного навчання, оцінки його ефективності та звітності щодо виконання вимог стандарту. Метою навчання конкретних працівників є успішне виконання ними посадових обов'язків. При цьому, персонал доцільно поділити на категорії, для кожної з яких повинні бути розроблені цільові програми професійної підготовки, що відображають бізнес-процеси підприємства. Обов'язковим елементом є постійний контроль відповідності програм навчання профілю діяльності окремих категорій персоналу організації, а також контроль і регулювання фінансових потоків в області професійної підготовки персоналу. Є очевидним, що діяльність з формування системи розвитку клієнтоорієнтованості персоналу може бути успішною тільки за активної участі в цьому процесі вищого керівництва, середньої ланки, виконавчого персоналу.

Висновки. Запропонований у роботі підхід дозволяє формалізувати процес розробки програм підвищення кваліфікації персоналу в області клієнтоорієнтованості в рамках існуючої кадрової політики підприємства. Процес навчання повинен бути інтегрований з діями щодо можливого оновлення кадрового складу, зміни організаційної структури, системи мотивації й оцінки персоналу, а також з іншими заходами з управління розвитком персоналу. Персоніфікований підхід до розробки програм навчання передбачає формування багаторівневої, відкритої системи, в якій навчання реалізується за індивідуальними освітніми траєкторіями відповідно до потреб і можливостей співробітника. Перспективним видається більш детальне вивчення проблем управління мотивацією до навчання, як одного з факторів забезпечення ефективності процесу підвищення кваліфікації персоналу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Эсаулова И.А. Развитие человеческих ресурсов: эволюция концепций и практики // Экономика труда. – 2018. – Том 5. – № 1. – С. 13-28.
2. Gilley J.W., Egglan S.A., Gilley A.M. Principles of Human Resource Development. – Second edition. – Cambridge, MA: Perseus Publishing, 2002. – 482 p.
3. Джой-Меттьюз Д. Развитие человеческих ресурсов / Д. Джой-Меттьюз, Д. Меггинсон, М. Сюрте; пер. с англ. – М.: Эксмо, 2006. – 432 с.
4. Гугул О. Я. Теоретичні засади управління розвитком персоналу / О. Я. Гугул // Інновація економіка : всеукр. наук.-виробн. журн. – Тернопіль : ІКСГП НААН, 2013. – № 6 (44). – С. 194–198.
5. Развитие персонала предприятия: подходы, сущность, модели / Ю. А. Плугина // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2013. - Вип. 42. - С. 323-327.

6. Управління розвитком персоналу : [навч. посібник] / [Т.П. Збрицька, Г.О. Савченко, М.С. Татаревська] ; за заг. ред. М.С. Татаревської. – О. : Атлант, 2013. – 427 с.
7. Моргулець О. Б. Клієнтоорієнтована модель сервіс-менеджменту / О. Б. Моргулець // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки. — Вип. 9, Ч. 4. — С. 111-115. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/2930/1/20161104_104.pdf.
8. Продан І. О. Клієнтоорієнтований підхід як передумова конкурентоспроможності підприємства / І. О. Продан, Ю. І. Різник // Бізнес Інформ. - 2017. - № 1. - С. 308-313. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2017_1_50.
9. Романчукевич М.Й. Клієнтоорієнтованість як інструмент формування конкурентних переваг компаній. Інфраструктура ринку. 2018. № 21. С. 165-173. <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/33237/1/30.pdf>.
10. Боличева О.В. Проблематика досліджень феномена персоніфікації в освітньому процесі / О.В. Боличева // Вісник післядип. освіти: зб. наук. праць. – К., 2010. – Ч. 2. – С. 27-32.
11. Сивицька І.Г. Реалізація механізму взаємодії університету та промислового підприємства . Матеріали підсумкової наукової конференції Донецького національного університету за період 2005-2006 рр .: Економічна кібернетика (м Донецьк , квітень 2007 г .) / Відп . ред. Ю.Г. Лисенко . - Донецьк : ДонНУ , 2007. - С.50-52.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.15

УДК 339.97:338.001.36

Слоква М. Г., кандидат економічних наук, доцент кафедри зовнішньоекономічної діяльності підприємства Київського національного торговельно-економічного університету

П'янкova О. В., кандидат економічних наук, доцент кафедри зовнішньоекономічної діяльності підприємства Київського національного торговельно-економічного університету

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ТА ЕКОЛОГІЧНИХ ТРЕНДІВ

Статтю присвячено аналізу глобальних енергетичних та екологічних трендів як чинників посилення тенденцій екологізації управління. За результатами проведеного аналізу встановлено, що інтенсивний розвиток світової економіки у другій половині 20-го сторіччя спричинив стрімке зростання попиту на енергетичні ресурси. Значна активізація споживання первинної енергії відмічається з початку 2000-х років, що більшою мірою забезпечувалося зростанням попиту у країнах Азійсько-Тихоокеанського регіону. Зростання споживання первинної енергії відмічається за всіма видами енергетичних ресурсів. За період 1990-2018 років виявлено скорочення енергоємності глобальної економіки, хоча останнім часом відмічено певне його уповільнення. Зростання споживання енергетичних ресурсів обумовило відповідне збільшення викидів двоокису вуглецю і, як результат, виникнення низки екологічних проблем. З початку 2000-х років вельми активно зростають викиди двоокису вуглецю у країнах Азійсько-Тихоокеанського регіону. Інтенсивність викидів двоокису вуглецю у світі протягом останніх десятиріч поступово знижується. Незважаючи на певні позитивні зміни, економіка України характеризується найменшою у світі енергетичною ефективністю та найбільшою інтенсивністю викидів, що затребує впровадження більш дієвих заходів екологічної політики.

Ключові слова: споживання первинної енергії, енергоємність економіки, енергетична ефективність економіки, викиди двоокису вуглецю, інтенсивність викидів двоокису вуглецю, глобальні енергетичні тренди, глобальні екологічні тренди, екологізація управління.

Рис. - 7, Таб. - 2, Літ. - 26.

Слоква М.Г., П'янкova О.В.

ЭКОЛОГИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ГЛОБАЛЬНЫХ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ И ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТЕНДЕНЦИЙ

Статья посвящена анализу глобальных энергетических и экологических трендов как факторов усиления тенденций экологизации управления. По результатам проведенного анализа установлено, что интенсивное развитие мировой экономики во второй половине 20-го столетия обусловило стремительный рост спроса на энергетические ресурсы. Значительная активизация потребления первичной энергии отмечается с начала 2000-х годов, что в большей степени обеспечивалось ростом спроса в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Рост потребления первичной энергии отмечается по всем видам энергетических ресурсов. За период 1990-2018 годов установлено сокращение энергоёмкости глобальной экономики, хотя в последнее время отмечено некоторое его замедление. Рост потребления энергетических ресурсов

обусловил соответствующее увеличение выбросов диоксида углерода и, как результат, возникновение ряда экологических проблем. С начала 2000-х годов весьма активно рост выбросов диоксида углерода протекает в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Интенсивность выбросов диоксида углерода в мире в течение последних десятилетий постепенно снижается. Несмотря на определенные позитивные изменения, экономика Украины характеризуется наименьшей в мире энергетической эффективностью и наибольшей интенсивностью выбросов, что требует внедрения более действенных мероприятий экологической политики.

Ключевые слова: потребление первичной энергии, энергоемкость экономики, энергетическая эффективность экономики, выбросы диоксида углерода, интенсивность выбросов диоксида углерода, глобальные энергетические тренды, глобальные экологические тренды, экологизация управления.

Slokva M., Piankova O.

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY GLOBAL ENERGY AND ENVIRONMENTAL TRENDS

The article is devoted to the analysis of global energy and environmental trends as factors of strengthening the trends in greening management. According to the results of the analysis, it was found that the intensive development of the world economy in the second half of the 20th century led to a rapid increase in demand for energy resources. Significant intensification of primary energy consumption has been observed since the beginning of the 2000s, which was largely ensured by increased demand in the countries of the Asia-Pacific region. Primary energy consumption growth is noted for all types of energy resources. In the period 1990-2018, a reduction in the energy intensity of the global economy has been observed, although some of its slowdown has recently been noted. The increase in energy consumption has led to a corresponding increase in carbon dioxide emissions and, as a result, a number of environmental problems. Since the early 2000s, carbon dioxide emissions have been increasing rapidly in the countries of the Asia-Pacific region. The intensity of carbon dioxide emissions in the world over the past decades has been gradually decreasing. Despite certain positive changes, the Ukrainian economy is characterized by the world's lowest energy efficiency and the highest emission intensity, which requires the implementation of more effective environmental policy measures.

Keywords: primary energy consumption, energy intensity of the economy, energy efficiency of the economy, carbon dioxide emissions, carbon dioxide emissions intensity, global energy trends, global environmental trends, greening management.

Постановка проблеми. З кожним роком у світі відмічається посилення антропогенного і техногенного навантаження на навколишнє природне середовище. Протягом останніх десятирічь світова спільнота активізувалася у прийнятті заходів із запобігання даному явищу. Прийняття та реалізація Кіотського протоколу, підписання Паризьких угод мають за мету зниження негативних екологічних наслідків господарювання людини. Проте, незважаючи на здійснені зусилля, проблема забруднення навколишнього природного середовища продовжує загострюватися.

Паливно-енергетичний комплекс є провідним сектором економіки, оскільки забезпечує можливості функціонування інших галузей шляхом задоволення їх потреб у відповідних енергетичних ресурсах. Разом з тим, будучи визначальним чинником суспільного відтворення, дана галузь також відіграє найпомітнішу роль у загостренні

світових екологічних проблем, оскільки на неї припадає значна питома частка у загальному обсязі забруднення, зокрема, викидів двоокису вуглецю. Аналіз тенденцій розвитку енергетичного сектору економіки та екологічної складової, їх співставлення та визначення відповідності вбачається затребуваним з позиції встановлення ключових факторів виникнення та загострення глобальних екологічних проблем, з'ясування відповідності очікуваних наслідків реалізації глобальної екологічної політики та отриманих результатів, окреслення пріоритетів в управлінні суб'єктами господарювання, зокрема, першочергове урахування екологічних чинників при визначенні відповідних заходів. Дані обставини обумовили необхідність розгляду означених питань та вибір теми наукової статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми, що розглядається. Останнім часом стрімко збільшується кількість наукових робіт з екологічної тематики як у вітчизняних, так і у зарубіжних наукових колах. Серед них варто відзначити численні роботи, присвячені визначенню взаємозв'язку та взаємозалежностей між економічним розвитком та екологічною складовою, зокрема таких вітчизняних учених, як: В. Власенко [1], З. Герасимчук [2], Л. Гринів [3], В. Грищенко [4], Б. Данилишин [5], В. Дергачова [6], С. Дорогунцов [7], А. Жихарева [8], Р. Корпан [9], Я. Кульчицький [10], А. Ральчук [7], Т. Туниця [11], А. Цибуляк [12] та багатьох інших. Не менш популярною дана тематика є серед американських та європейських науковців [13-20].

Більше того у 2018 році й Нобелівську премію з економіки було вручено професору Єльського університету Уільяму Д. Нордхаусу [21] саме за опрацювання проблеми впливу кліматичних змін на світову економіку, дослідження якої він розпочав ще у 70-х роках минулого сторіччя. У своїй роботі вчений обґрунтував, що найбільш ефективним способом контролю глобального потепління є прогресивна загальносвітова система оподаткування викидів парникових газів [22]. При цьому така система має діяти в усіх країнах, які повинні будуть фінансово компенсувати викиди вуглецю в атмосферу.

Незважаючи на численні наукові дослідження проблеми виявлення взаємозалежностей між економічним розвитком та екологічною ситуацією, розробку та впровадження заходів екологічної політики, спрямованих на зниження екологічного навантаження на довкілля, проте питання встановлення дієвості цих заходів та виокремлення чинників, які перешкоджають їх результативності, залишаються не повною мірою висвітленими, що обумовлює необхідність подальшого наукового пошуку.

Метою статті є аналіз сучасних глобальних енергетичних та екологічних трендів, встановлення їх відповідності з позиції необхідності визначення дієвості застосовуваних заходів екологічної політики, ідентифікація чинників посилення світових тенденцій екологізації управління.

Виклад основного матеріалу. Стрімке нарощування обсягів світового виробництва у другій половині 20-го сторіччя обумовило зростання попиту на ресурси, помітне місце серед яких займає первинна енергія. Споживання первинної енергії у світі безупинно зростає, так у 2018 р. цей показник дорівнював 13864,9 млн т у нафтовому еквіваленті (далі – н.е.), що у 3,7 рази більше рівня 1965 р., коли він становив 3701,5 млн т н. е. (рис. 1). Зростання споживання первинної енергії у світі спостерігається протягом усього досліджуваного періоду, періодично посилюючись у відповідні періоди.

Неоднозначна тенденція у споживанні енергії відмічається за країнами світу. Найбільш повільне зростання обсягів споживання протягом останніх п'ятдесяти років відмічається по країнах ЄС – на 68,4%, більше того, періодично для них було характерно, навіть, скорочення обсягів використовуваної первинної енергії, зокрема, й у 2018 році.

Споживання первинної енергії за країнами-членами Організації економічного співробітництва та розвитку (далі – ОЕСР) за досліджуваний період зросло у 2,2 рази з 2610 млн т н. е. у 1965 році до 5669 млн т н. е. у 2018 році. Найбільш інтенсивне зростання споживання відмічається по країнах, що не є членами ОЕСР – більше ніж у 7,5 рази, з 1091,5 млн т н. е. у 1965 р. до 8195,9 млн т н. е. у 2018 р. Варто зазначити, що зростання попиту на енергію по даній групі країн особливо прискорилося, починаючи з 2000 років. Так, тільки за перші 18 років XXI сторіччя по країнах, що не є членами ОЕСР, споживання зросло більше ніж у 2 рази, у той час, як по країнах-членах ОЕСР зростання відмічається на рівні 4,6%, а по країнах ЄС взагалі спостерігається скорочення споживання на 3,5%. Вищеописані тенденції спричинили інтенсифікацію загальносвітового споживання первинної енергії у той же період. Так, зростання обсягів спожитої у світі первинної енергії з 2000 по 2018 роки відбулося майже у 1,5 рази, у той час як з 1965 по 2000 роки даний показник виріс у 2,5 рази. У результаті у 2018 році 59,1% спожитої у світі первинної енергії припадало на країни, що не є членами ОЕСР, 40,9% – на країни-члени ОЕСР, з них на країни ЄС – 12,2%. У той час як у 1965 році на країни, що не є членами ОЕСР, припадало лише 29,5% світового споживання первинної енергії, на країни-члени ОЕСР – 70,5%, з них 27,1% – на країни, що за теперішнього часу входять до ЄС. Отже, протягом останніх п'ятдесяти років відбулися суттєві зміни у питомій частці економічно розвинутих країн у споживанні первинної енергії у світі. Як видно провідні позиції за теперішнього часу займають країни, що не є членами ОЕСР, які споживають майже у 1,5 рази більше ніж країни першої групи.

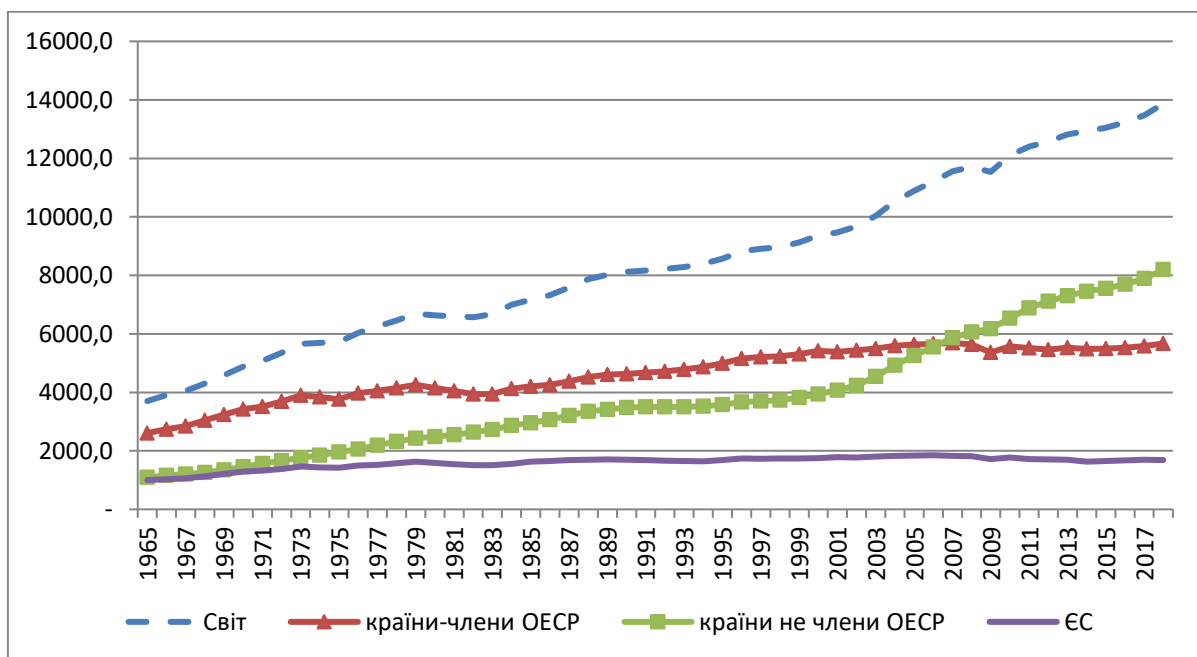


Рисунок 1 - Динаміка споживання первинної енергії у світі у 1965-2018 рр.*

**складено за даними BP Statistical Review of World Energy June 2019 [23]*

Результати аналізу географічної структури світового споживання первинної енергії за останні п'ятдесят років свідчать про суттєві зміни у попиті за регіонами світу (рис. 2). Так, якщо у 60-х роках провідними споживачами енергії у світі виступали країни

Північної Америки, а на другому місці посідали країни Європи, то наприкінці 20-го століття відмічаються певні зміни у ролі певних регіонів за цим показником.

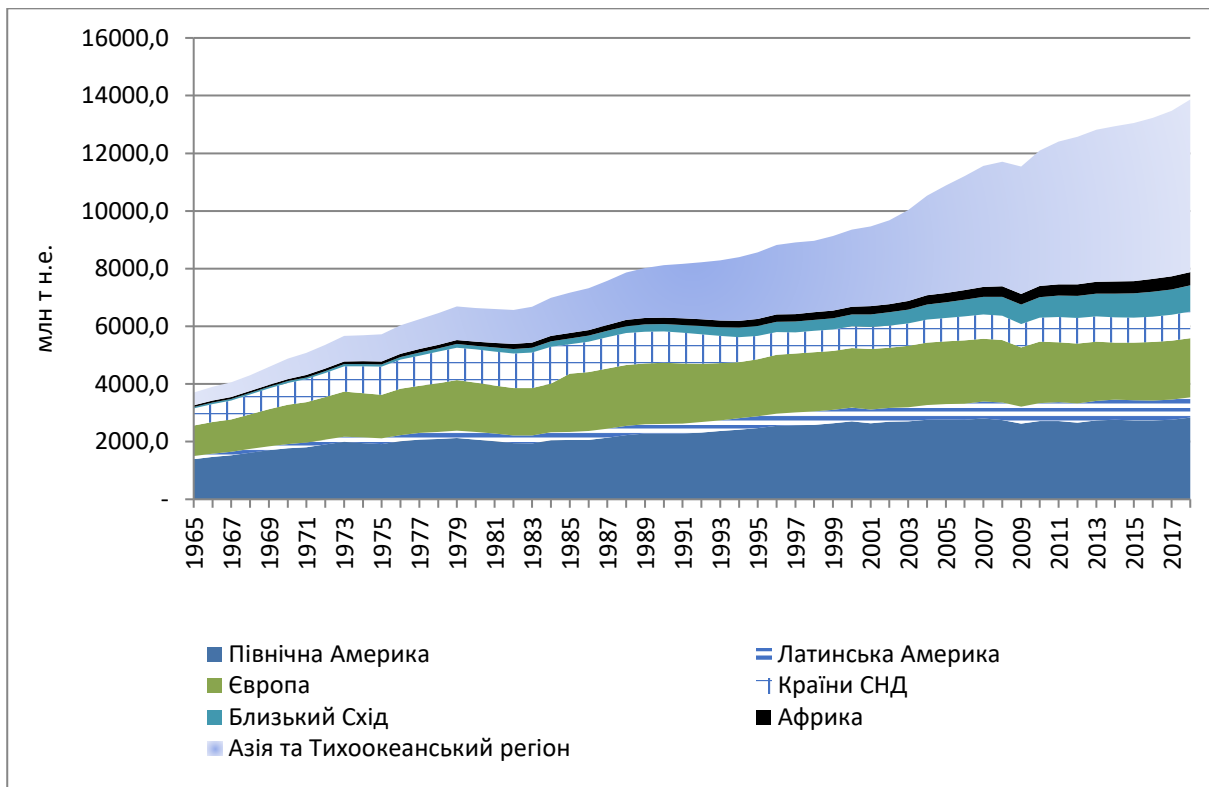


Рисунок 2 - Споживання первинної енергії за регіонами світу у 1965-2018 рр.*

*складено за даними BP Statistical Review of World Energy June 2019 [23]

Так, помітне зростання споживання первинної енергії країнами Азійсько-Тихоокеанського регіону дозволило їм у 1993 році випередити за цим показником країни Європи, а у 2001 році – країни Північної Америки. Збільшення інтенсивності споживання з боку країн Азійсько-Тихоокеанського регіону, що відмічається з початку 2000-х років, забезпечило їм за теперішнього часу беззаперечні лідируючі позиції на ринку. При цьому спостерігається одночасне помірне скорочення питомої частки за обсягами споживання первинної енергії країн Північної Америки, Європи, країн СНД, при цьому абсолютні показники попиту з боку цих країн протягом останніх років суттєво не змінилися, демонструючи у відповідні періоди зростання або скорочення. Варто відзначити, що й за іншими регіонами світу, як то Латинська Америка, Близький Схід, Африка відмічалось протягом аналізованого періоду зростання попиту на первинну енергію, проте воно було настільки помірним, що у загальносвітовому масштабі дані країни не змінили своїх позицій у структурі споживання.

Отже, зміни у географічній структурі споживання первинної енергії за останні п'ятдесят років призвели до зміни лідерів за цим показником за регіонами світу. Так, якщо у 1965 році на країни Північної Америки припадало 37,6% світового попиту на первинну енергію, на країни Європи – 28,6%, СРСР – 16%, країни Азійсько-Тихоокеанського регіону – 11,9%, то вже у 2018 році країни Азійсько-Тихоокеанського регіону були беззаперечними лідерами та споживали 43,2% первинної енергії у світі, на країни Північної Америки припадало 20,4%, країни Європи – 14,8%, країни СНД – 6,7%.

Аналіз тенденцій споживання первинної енергії за останні п'ятдесят років за основними видами (рис. 3) показав, що зростання відмічається за всіма енергетичними ресурсами. Найбільш інтенсивно з 1965 року по 2018 рік збільшилися обсяги споживання відтворювальної енергії (у більше ніж 136 разів) та атомної енергії (більше ніж у 105 разів). Споживання природного газу зросло у 6,1 рази, гідроенергії – у 4,6 рази, нафти – у 3 рази, вугілля – у 2,7 рази. Подібні тенденції призвели до певних змін у структурі споживання первинних видів енергії. Так, якщо у 1965 році на нафту припадало 41,9% світового споживання первинної енергії, на вугілля – 37,5%, природний газ – 14,7%, гідроенергію – 5,6%, на атомну енергію – 0,2%, відновлювальну енергію – 0,1%, то у 2018 році на нафту вже припадало 33,6% спожитої первинної енергії, на вугілля – 27,2%, природний газ – 23,9%, гідроенергію – 6,8%, на атомну енергію – 4,4%, відновлювальну енергію – 4%.

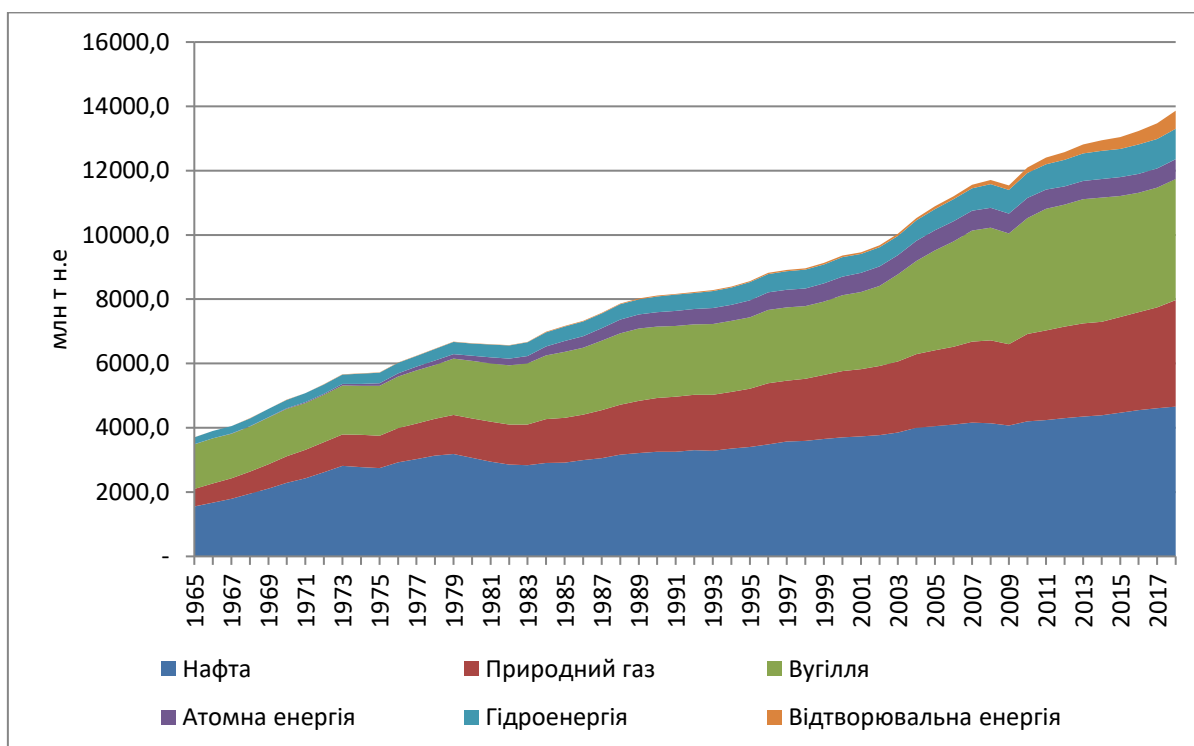
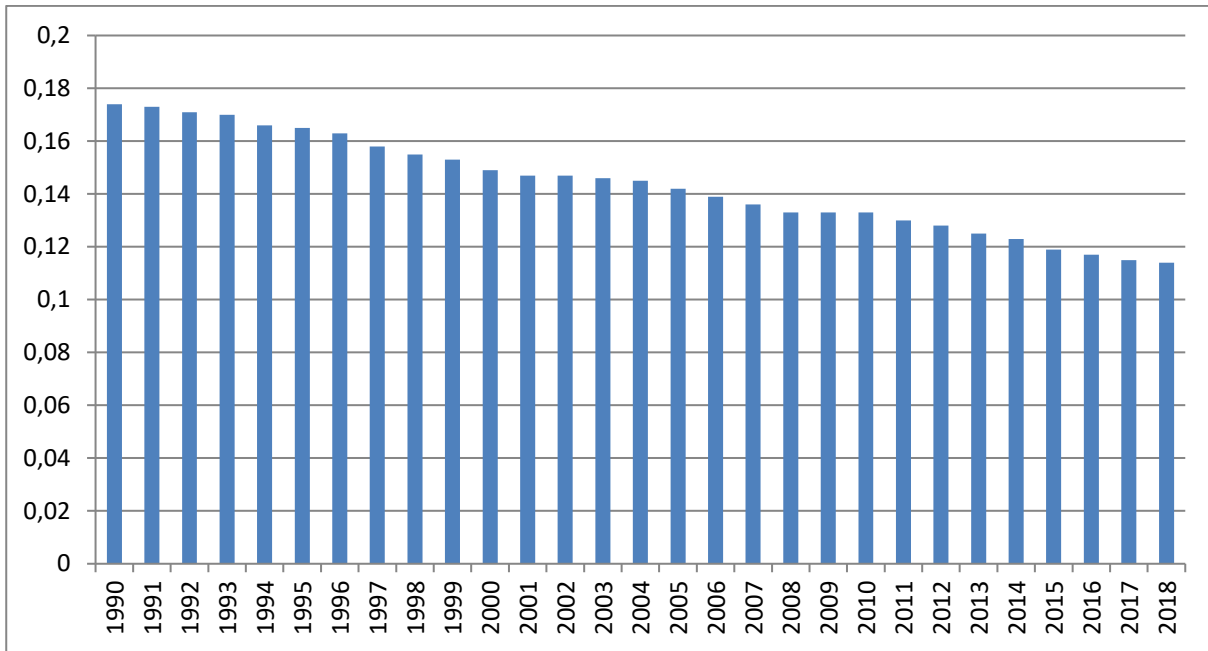


Рисунок 3 - Споживання первинної енергії за видами у 1965-2018 рр.*

**складено за даними BP Statistical Review of World Energy June 2018 [23]*

На тлі зростання обсягів споживання первинної енергії у світі позитивною тенденцією останніх десятиріч є зниження показника глобальної енергоємності, тобто загального споживання енергії на одиницю ВВП, що свідчить про підвищення енергетичної ефективності глобальної економіки. Як видно з рис. 4, у світі у цілому за двадцять вісім років помітно скоротилося значення показника енергоємності з 0,174 кг н.е. / \$2015 ВВП за ПКС у 1990 році до 0,114 кг н.е. / \$2015 ВВП за ПКС у 2018 році або на 34,5%. У цілому скорочення показника спостерігалось протягом усього цього періоду, варіюючись за інтенсивністю у різні роки, за виключенням 2002, 2009 та 2010 років, коли енергоємність не змінювалась, залишаючись на попередньому рівні.



**Рисунок 4 - Динаміка глобальної енергоємності у 1990-2018 рр.
(у кг н.е. /\$2015 ВВП за ПКС)***

*Складено за даними Міжнародної енергетичної агенції Enerdata [24]

Останнім часом спостерігається уповільнення зниження даного показника. Так, якщо у 2015 році скорочення становило 3,3%, у 2016 та 2017 роках воно дорівнювало 1,7%, то у 2018 році – усього 0,9%. Зниження глобальної енергоємності у 2018 році було нижче середньорічного скорочення у 1,6%, яке спостерігалось у період з 2000 по 2018 роки. Це свідчить про деяке уповільнення зростання енергетичної ефективності глобальної економіки. Рівні та тенденції енергоємності суттєво різняться за регіонами світу, що свідчить про відмінності в економічній структурі та досягненнях у сфері енергоефективності. Енергоємність економіки США у 2018 році зросла на 0,6% у порівнянні із 2017 роком, тоді як протягом 1990-2017 років її зменшення по країні у середньому становило 1,9% на рік. Поліпшення енергоефективності тривало в Європейському Союзі – регіоні з найнижчою енергоємністю у світі та з високим рівнем її скорочення у 2018 році (на 3,1%). Середній річний темп зниження у даному регіоні становив 1,8% у період 2000-2017 років [24].

Як видно з таблиці 1, протягом останніх п'яти років склад країн-лідерів за показником енергетичної ефективності економіки є відносно стабільним, лише дещо змінюються їх позиції у рейтингу. Перше місце весь цей період посідає Колумбія, яка характеризується найнижчим у світі рівнем енергоємності економіки, у 2018 році він становив 0,054 кг н.е. / \$2015 ВВП за ПКС, що майже у двічі нижче середньосвітового рівня. Всі країни-лідери протягом періоду демонструють помірне скорочення енергоємності, виключення складає Чилі, що обумовило зниження її позицій у рейтингу. Склад країн з найвищими значеннями енергоємності економіки протягом 2014-2018 років був також відносно стабільним.

Протягом всіх років Україна характеризувалася найнижчими значеннями показника енергетичної ефективності у світі, у 2018 році показник енергоємності її економіки становив 0,238 кг н.е. / \$2015 ВВП за ПКС, що перевищує середньосвітовий рівень більше ніж у два рази. Позитивною тенденцією є зниження рівня енергоємності

економіки України протягом даних п'яти років на 15%, у 2018 році у порівнянні з попереднім роком скорочення становило 4,8%. Відносно рівня 1990 року енергоємність економіки України скоротилась більше ніж на 43%, коли цей показник становив 0,420 кг н.е. / \$2015 ВВП за ПКС.

Протягом останніх п'яти років стабільне скорочення також демонстрували Узбекистан, Тайвань і Китай. Так, енергоємність Китаю покращилася майже на 40% за період з 2000 по 2018 роки і на 2,7% за останній рік у результаті впровадження політики енергоефективності, орієнтованої на енергоємні галузі, що обумовило високий попит в країні на послуги з енергоефективності.

Таблиця 1

**Рейтинг країн за показником енергетичної ефективності
(у кг н.е. /\$2015 ВВП за ПКС)***

Країна	2014 рік		2015 рік		2016 рік		2017 рік		2018 рік	
	показник	місце	показник	місце	показник	місце	показник	місце	показник	місце
<i>Країни з найвищими значеннями енергетичної ефективності</i>										
Колумбія	0,060	1	0,058	1	0,059	1	0,055	1	0,054	1
Туреччина	0,066	2	0,066	2	0,068	4	0,068	4	0,066	4
Італія	0,067	3	0,069	4	0,067	3	0,067	3	0,067	5
Великобританія	0,068	4	0,067	3	0,065	2	0,063	2	0,062	2
Португалія	0,071	5	0,072	5	0,071	6	0,072	7	0,069	6
Іспанія	0,073	6	0,074	6	0,072	7	0,072	6	0,070	7
Румунія	0,077	7	0,075	7	0,071	5	0,068	5	0,065	3
Німеччина	0,080	8	0,079	9	0,078	9	0,077	8	0,072	8
Єгипет	0,083	9	0,079	8	0,082	11	0,081	10	0,078	10
Індонезія	0,083	10	0,079	10	0,077	8	0,077	9	0,076	9
Японія	0,086	11	0,084	11	0,082	10	0,081	11	0,079	11
Чилі	0,088	12	0,088	13	0,092	16	0,092	17	0,092	18
Мексика	0,090	13	0,087	12	0,085	12	0,084	12	0,080	12
<i>Країни з найнижчими значеннями енергетичної ефективності</i>										
Україна	0,280	1	0,273	1	0,271	1	0,250	1	0,238	1
Узбекистан	0,248	2	0,205	3	0,183	6	0,176	6	0,176	6
Тайвань	0,211	3	0,207	2	0,206	2	0,200	3	0,198	3
ПАР	0,198	4	0,187	5	0,192	4	0,186	4	0,187	4
Росія	0,195	5	0,196	4	0,203	3	0,211	2	0,215	2
Казахстан	0,177	6	0,178	6	0,184	5	0,181	5	0,181	5
Канада	0,177	7	0,175	7	0,173	7	0,174	7	0,176	7
Іран	0,168	8	0,169	8	0,157	9	0,155	9	0,164	8
Китай	0,160	9	0,151	10	0,140	10	0,135	12	0,131	12
Південна Корея	0,158	10	0,158	9	0,159	8	0,158	8	0,157	9
Нігерія	0,137	11	0,132	11	0,139	11	0,141	11	0,141	11
Саудівська Аравія	0,130	12	0,130	12	0,121	14	0,124	13	0,119	13
Венесуела	0,123	13	0,117	16	0,131	12	0,145	10	0,156	10
Світ	0,123		0,120		0,117		0,115		0,114	

*Складено за даними Міжнародної енергетичної агенції Enerdata [24]

По інших країнах з найвищим показником енергоємності спостерігається періодичне як скорочення, так і зростання показника, виключення становить Російська Федерація, для якої характерне стабільне зростання у цей період енергоємності економіки. Енергоємність у країнах СНД постійно зменшується – з 2000 року у середньому на 2,7% на рік, але залишається найвищою у світі – на 75% вище середнього рівня по світу. Висока енергоємність в Україні, у країнах СНД, на Близькому Сході, в Китаї та інших азійських країнах, що розвиваються, пояснюється домінуванням енергоємних галузей промисловості, економікою, орієнтованою на експорт товарів, і низькими цінами на енергоресурси, що не сприяють енергоефективності [24].

Активне використання енергії для задоволення потреб зростаючої економіки у другій половині 20-го сторіччя спричинило збільшення викидів двоокису вуглецю (CO_2) та, відповідно, виникнення низки екологічних проблем. У цілому по світу з 1965 року по 2018 рік обсяг викидів збільшився більше ніж у три рази та має тенденцію до зростання. Після трьохрічної стагнації викидів до 2016 року, пов'язаної зі слабким економічним зростанням, зниженням енергоємності та зміною у структурі споживання палива, викиди CO_2 зросли на 1% у 2017 році та на 1,9% у 2018 році відносно попереднього року. Як видно з рисунку 5, з початку 2000-х років нарощування викидів стало інтенсивніше, причому, це відбувається за рахунок країн, які не входять до ОЕСР. Ці країни з 1965 року по 2018 рік збільшили обсяг викидів більше ніж у шість разів. Причому з 1965 по 2004 роки зростання спостерігалось у 3,3 рази, тоді як тільки з 2004 по 2018 роки зростання зафіксовано у 1,9 рази, що свідчить про суттєву інтенсифікацію даного процесу. З 2004 року та по теперішній час країни, що не входять до ОЕСР, є основними забруднювачами двоокисом вуглецю у світі, на їх частку у 2018 році припадає 63,4% від загального обсягу викидів. У той час, як по країнах-членах ОЕСР, у тому числі й по країнах ЄС, останніми роками спостерігається скорочення викидів. При цьому, країни, що входять до ОЕСР, у 2018 здійснювали викиди CO_2 на 60% більше, ніж у 1965 році, а країни ЄС – на 5%.

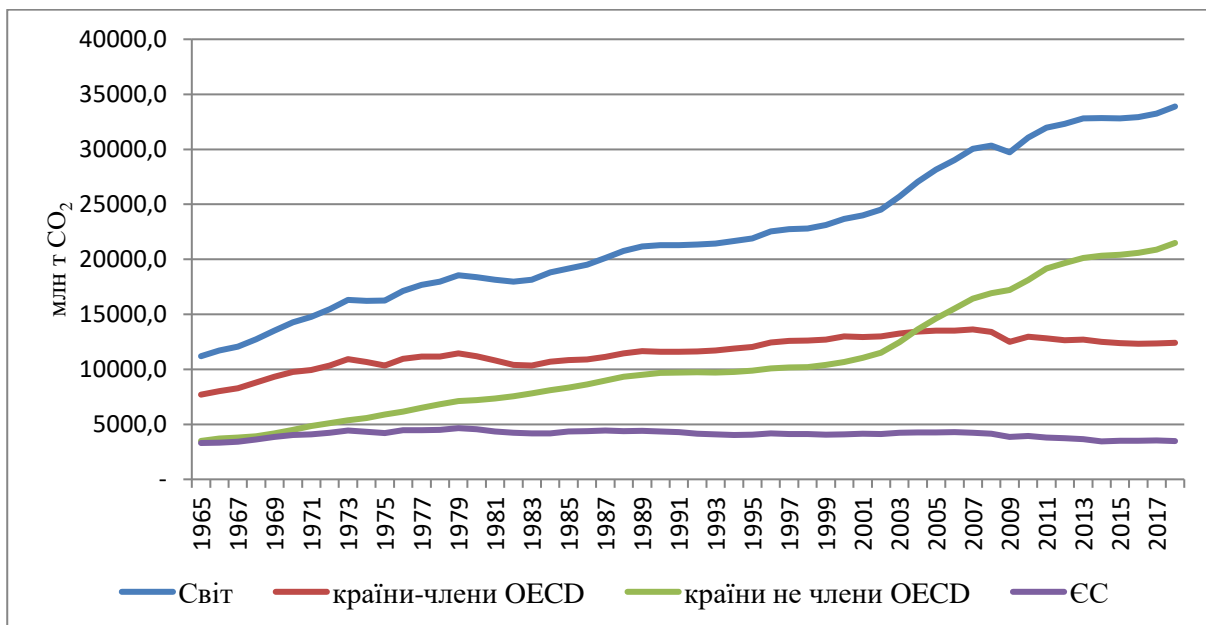


Рисунок 5 - Динаміка емісії двоокису вуглецю (CO_2) у світі у 1965-2018 рр.*

*складено за даними BP Statistical Review of World Energy June 2018 [23]

Як свідчать дані рис. 6, за країнами Північної Америки, Європи та колишнього Радянського Союзу у цілому протягом періоду спостерігається помірне скорочення

викидів двоокису вуглецю, за іншими регіонами світу відмічається зростання даного показника, причому вельми інтенсивно даний процес протікає у країнах Азії та Тихоокеанського регіону, особливо починаючи з 2000-х років.

Хоча у 2018 році практично всі регіони характеризуються зростанням викидів CO², окрім Європи та Латинської Америки. Зростання викидів у Китаї у 2018 порівняно з 2017 роком становило 3,1%, незважаючи на політику переходу з вугілля на газ, в Індії – 4,2% та у Російській Федерації – 3,9%. Викиди CO² у Сполучених Штатах Америки зросли на 3,1% за рахунок збільшення споживання енергії, частково обумовленому погодними умовами. Викиди CO² скоротилися у Європейському Союзі (-2,1%) через зменшення попиту на енергію (наприклад, у Німеччині), більшого внеску відновлюваних джерел енергії у виробництво електроенергії та погодних умов. У Японії викиди CO² продовжували зменшуватися п'ять років поспіль завдяки зростаючому внеску сонячної енергії з 2016 року та збільшенню генерації ядерної енергії у 2018 році [25]. В Україні у 2018 році обсяг викидів CO² становив 186,5 млн т CO², що у 2,8 рази нижче рівня 1984 року, найменше значення за період відмічено у 2017 році – 185 млн т CO² [23].

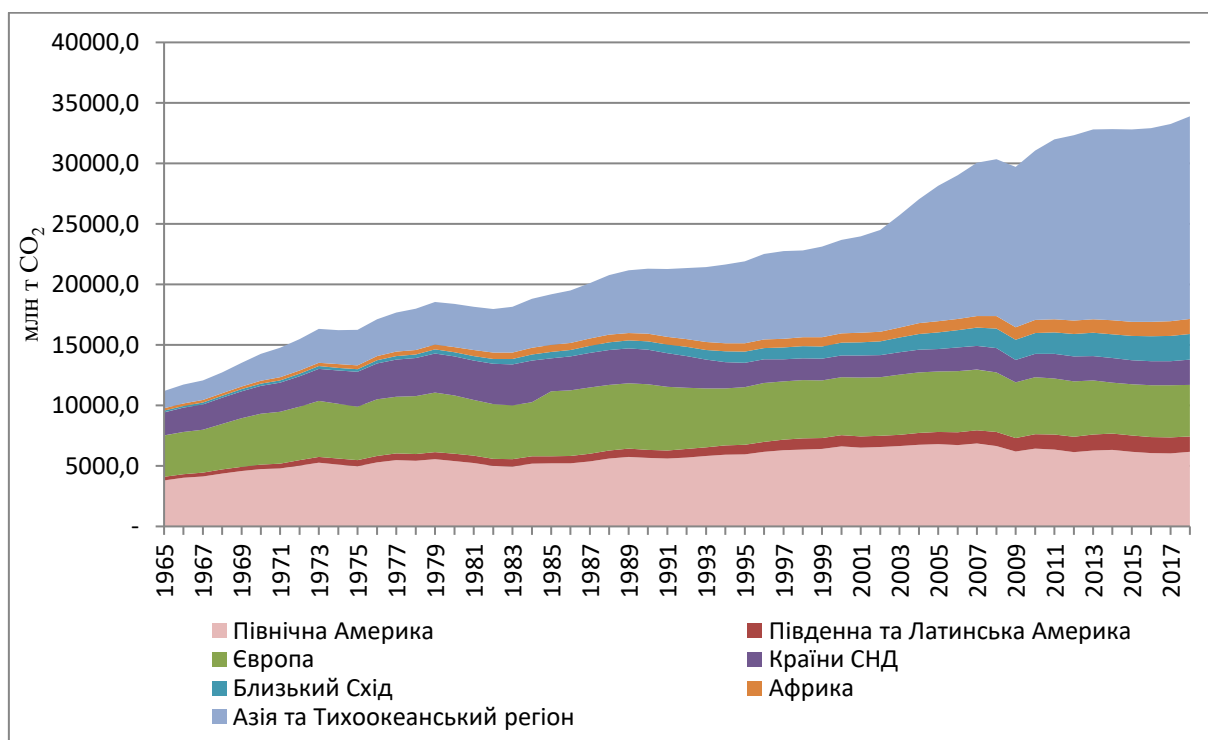


Рисунок 6 - Динаміка емісії двоокису вуглецю (CO₂) за регіонами світу у 1965-2018 рр.*

*складено за даними BP Statistical Review of World Energy June 2018 [23]

Інтенсивність викидів двоокису вуглецю у розрахунку на одиницю ВВП у світі протягом останніх десятиріч поступово знижується, про що свідчать дані рисунку 7, за виключенням декількох періодів, коли спостерігалось незначне зростання – у 2003 та 2010 роках. У 2018 році даний показник по світу дорівнював 0,26 кг CO₂ / 1 \$ ВВП, що на 35,6% менше показника 1990 року, коли він становив 0,404 кг CO₂ / 1 \$ ВВП.

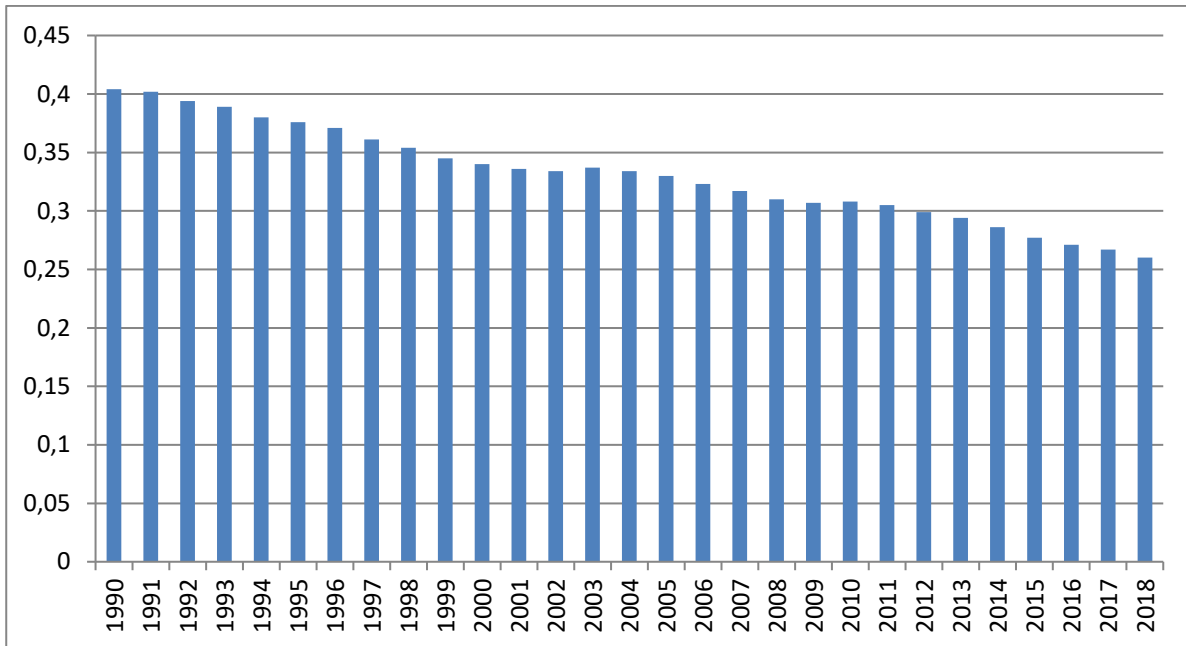


Рисунок 7 - Динаміка інтенсивності викидів двоокису вуглецю на одиницю ВВП у світі у 1990-2018 рр. (у кг CO₂/\$2015 ВВП за ПКС)*

*Складено за даними Міжнародної енергетичної агенції Enerdata [26]

Протягом періоду відмічається уповільнення зниження світової інтенсивності викидів CO₂ у розрахунку на одиницю ВВП. У 2018 році інтенсивність викидів CO₂ у розрахунку на одиницю ВВП у середньому по світу знизилася на 2,6%, що свідчить про прогрес порівняно із середнім показником скорочення за 2000-2017 рр., яке становило 1,5% на рік, проте цього все одно недостатньо, щоб відповідати цілям Паризької угоди. Зв'язок між викидами та економікою вказує на те, що розширення світової економіки переважало над збільшенням викидів. Інтенсивність викидів CO₂ у розрахунку на одиницю ВВП зменшилася у великих країнах-забруднювачах, таких як Китай та Індія, що вказує на можливість зниження залежності від інтенсивних CO₂ процесів. У Європейському Союзі – регіоні з найменшим вмістом CO₂ у розрахунку на одиницю ВВП у світі – у 2018 році спостерігається зменшення даного показника на 4,2%, спричинене зниженням викидів у більшості країн-членів ЄС, таких як Франція, Німеччина та Великобританія [26]. Проте, інтенсивність CO₂ у розрахунку на одиницю ВВП незначно зросла у 2018 році в Північній Америці (+ 0,2%) і суттєво збільшилась у Російській Федерації (+ 2,1%) та в Африці (близько + 3% в Алжирі та Нігерії).

Аналіз країн за показником інтенсивності викидів двоокису вуглецю у розрахунку на одиницю ВВП дозволив визначити країни з найбільшими та найменшими значеннями даного показника (табл. 2). Зростання значення даного показника у Нігерії у 2017 та 2018 році позбавив дану країну статусу лідера серед країн з найнижчою інтенсивністю викидів. До першої п'ятірки протягом періоду 2014-2018 роки також входили Швеція, Франція, Норвегія та Колумбія.

Перелік країн з найвищими значеннями показника інтенсивності викидів двоокису вуглецю у розрахунку на одиницю ВВП також є відносно стабільним. До їх числа входять ПАР, Україна, Узбекистан, Казахстан, Російська Федерація, Тайвань, Китай та інші. Для всіх них характерне активне використання вугілля як джерела первинної енергії.

Таблиця 2

**Рейтинг країн за інтенсивністю викидів діоксиду вуглецю
на одиницю ВВП (у кг CO₂/\$2015 ВВП за ПКС)***

Країна	2014 рік		2015 рік		2016 рік		2017 рік		2018 рік	
	показник	місце	показник	місце	показник	місце	показник	місце	показник	місце
Країни з найнижчими значеннями показника										
Нігерія	0,085	1	0,078	1	0,082	1	0,087	2	0,090	2
Швеція	0,087	2	0,082	2	0,082	2	0,078	1	0,077	1
Франція	0,114	3	0,115	3	0,113	3	0,112	4	0,106	3
Норвегія	0,120	4	0,119	5	0,115	4	0,124	5	0,114	5
Колумбія	0,122	5	0,118	4	0,127	5	0,107	3	0,107	4
Бразилія	0,145	6	0,143	6	0,138	7	0,137	7	0,132	7
Португалія	0,147	7	0,158	10	0,156	12	0,165	12	0,154	11
Італія	0,149	8	0,151	8	0,148	9	0,144	8	0,142	9
Іспанія	0,151	9	0,156	9	0,145	8	0,152	10	0,144	10
Великобританія	0,158	10	0,148	7	0,137	6	0,132	6	0,127	6
Румунія	0,168	11	0,162	11	0,152	10	0,151	9	0,138	8
Туреччина	0,171	12	0,168	13	0,173	13	0,175	13	0,173	14
Індонезія	0,172	14	0,163	12	0,163	11	0,158	11	0,158	12
Країни з найвищими значеннями показника										
ПАР	0,616	1	0,574	1	0,585	2	0,568	1	0,574	1
Україна	0,613	2	0,562	2	0,580	1	0,494	4	0,473	4
Узбекистан	0,571	3	0,575	5	0,425	7	0,407	6	0,406	6
Казахстан	0,542	4	0,519	3	0,524	3	0,517	2	0,515	2
Тайвань	0,509	5	0,506	4	0,508	4	0,513	3	0,500	3
Китай	0,490	6	0,457	6	0,426	6	0,406	7	0,393	7
Російська Федерація	0,430	7	0,444	7	0,439	5	0,461	5	0,471	5
Іран	0,413	8	0,415	8	0,373	8	0,369	8	0,391	8
Австралія	0,358	9	0,351	10	0,354	10	0,346	11	0,338	12
Південна Корея	0,357	10	0,356	9	0,355	9	0,359	9	0,360	9
Канада	0,355	11	0,351	11	0,349	11	0,348	10	0,349	10
Саудівська Аравія	0,320	12	0,323	12	0,315	12	0,320	12	0,305	13
Венесуела	0,277	14	0,274	14	0,297	13	0,319	13	0,341	11
Світ	0,286		0,277		0,271		0,267		0,260	

*Складено за даними Міжнародної енергетичної агенції Enerdata [26]

Україна, на жаль, відрізняється одними з найвищих значень показника у світі. У 2014-2015 рр.. вона була другою у рейтингу, у 2016 р. посіла 1 місце із значенням показника 0,580 кг CO₂ / 1 \$ ВВП, у той час як світовий показник у цей період дорівнював 0,271 кг CO₂ / 1 \$ ВВП. Скорочення значень у наступні роки дозволило Україні опуститися на 4 позицію. У 2018 році вона мала найнижче значення даного показника за п'ять останніх років – 0,473 кг CO₂ / 1 \$ ВВП, що свідчить про певні позитивні зрушення, проте все одно провідною проблемою вітчизняної економіки лишаються значна енергоємність виробництва, вкрай неефективне використання енергетичних ресурсів, застарілість і недостатність використовуваних технологій виробництва та очищення викидів.

Висновки. Проведений аналіз глобальних енергетичних та екологічних тенденцій дозволяє зробити низку висновків та узагальнень. Споживання первинної енергії у світі за останні п'ятдесят років безупинно зростає, за виключенням періоду фінансово-економічної кризи 2008 року. У географічній структурі світового споживання первинної енергії за цей період відбулися помітні зміни. З кінця минулого сторіччя лідируючі позиції починають займати країни Азійсько-Тихоокеанського регіону, причому останні два десятиріччя їх питома частка інтенсивно збільшується. Задоволення зростаючого попиту на первинну енергію більшою мірою забезпечується за рахунок зростання обсягів споживання вугілля, нафти та газу. Незважаючи на інтенсивне зростання обсягу відтворювальної первинної енергії у структурі споживання за теперішнього часу її питома частка незначна та найближчим часом суттєво не збільшиться. Енергетична ефективність глобальної економіки має позитивну тенденцію до зростання, проте інтенсивне споживання вугілля, нафти та газу з метою забезпечення зростаючого попиту на енергію сприяє збільшенню навантаження на навколишнє природне середовище шляхом зростання викидів двоокису вуглецю. Ця тенденція відмічається помітним випередженням тенденції впровадження відновлювальної енергетики, що спричинятиме помітні екологічні наслідки. Вищезазначене свідчить про необхідність більш масштабного та комплексного підходу до застосування інструментів екологічної політики на всіх рівнях управління, більш активного впровадження природоохоронних та ресурсозберігаючих заходів для попередження тих негативних наслідків, незворотність яких з кожним днем стає все більш неминучою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Власенко В. О. Екологічна економіка як інструмент упровадження сталого розвитку: поняття та принципи правового регулювання. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2013. № 5-6. С. 22-28. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/-uazt_2013_5-6_6.
2. Герасимчук З.В. Еколого-економічні основи формування та реалізації регіональної політики сталого розвитку (питання методології та методики): Автореф. дис. ... доктора екон. наук: 08.10.01 / Ін-т регіональних досліджень. НАНУ. Львів, 2002. 47 с.
3. Гринів Л.С. Екологічно збалансована економіка: проблеми теорії: монографія. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2001. 240 с.
4. Грищенко В.Ф. Экологизация международных отношений в условиях глобализации. *Вісник Сумського державного університету. Серія. Економіка*. 2005. №2(74). С. 36-42.
5. Данилишин Б.М. Эколого-экономические проблемы обеспечения устойчивого развития производительных сил Украины (на примере АПК Украины): Дис. ... доктора екон. наук: 08.10.01 / НАН Украины; Совет по изучению производительных сил Украины, 1997. 398 с.
6. Дергачова В.В. Енергоекономічні чинники сталого розвитку: аналіз та оцінка впливу: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.02.03 / Інститут економічного прогнозування. НАНУ. К., 2001. 19 с.
7. Дорогунцов С.И., Ральчук А.И. Управление техногенно-экологической безопасностью в контексте парадигмы устойчивого развития: концепция системно-динамического решения. – К.: Наукова думка, 2002. – 201 с.
8. Жихарева А.Б. Розвиток екологізації державного управління в Україні: монографія. К.: АМУ, 2017. 196 с.
9. Корпан Р.В. Екологізація управління та економічне зростання: моделювання та аналіз взаємозв'язку: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.08.01 / Сумський державний університет. Суми, 2005. 24 с.

10. Кульчицький Я.В. Сучасні економічні системи в умовах екологізації та глобалізації (теоретико-методологічні засади порівняння): монографія. Львів: Ліга-Прес, 2011. 687 с.
11. Туниця Т.Ю. Міжнародні аспекти проблем екологізації економіки. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2005. Вип. 15.6. С. 238-242.
12. Цибуляк А. Екологізація економіки України в умовах розширення співпраці з ЄС. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 8. С. 31-35.
13. Gowdy J., O'Hara S. *Economic theory for environmentalists*. St. Lucie, Florida, 1996.
14. Common M. *Environmental and Resource Economics: an Introduction*. Edinburg (England), 1996.
15. Gandhi Ved P. (ed.). *Macroeconomics and the Environment*. Washington, 1996.
16. Keijzers G. The evolution of Dutch environmental policy: the changing ecological arena from 1970-2000 and beyond. *Journal of Cleaner Production*. 2000 (8). P. 179-2000.
17. Kohlstad C. D. *Environmental Economics*. New York, London, 2000.
18. Krarup S., Ramesohl S. Voluntary agreements on energy efficiency in industry – not a golden key, but another contribution to improve climate policy mix. *Journal of Cleaner Production*. 2002 (10). P. 109-120.
19. Hanks J. Voluntary agreements, climate change and industrial energy efficiency. *Journal of Cleaner Production*. 2002. №10. P. 103-107.
20. Hanley N., Shogren J., White B. *Environmental economics in theory and practice*. London, 1997.
21. The Prize in Economic Sciences 2018 URL: https://old.nobelprize.org/econpress.pdf?_ga=2.151663408.843139967.1538992785-977446196.1538476224 – Title of the screen.
22. William D. Nordhaus, Zili Yang. A Regional Dynamic General-Equilibrium Model of Alternative Climate-Change Strategies. *American Economic Review*. Vol. 86, No. 4, September 1996, pp. 741-765. URL: <http://www.econ.yale.edu/~nordhaus/homepage/homepage/cowles%20foundation%20paper%20%23%20930.pdf>
23. BP Statistical Review of World Energy June 2019. URL: <https://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html>
24. Energy intensity (koe/\$2015p). Global Energy Statistical Yearbook 2019. URL: <https://yearbook.enerdata.net/total-energy/world-energy-intensity-gdp-data.html> – Title of the screen.
25. CO2 emissions from fuel combustion (MtCO2). Global Energy Statistical Yearbook 2019. URL: <https://yearbook.enerdata.net/co2-fuel-combustion/world-CO2-intensity.html> – Title of the screen.
26. CO2 intensity (kCO2/\$2015p). Global Energy Statistical Yearbook 2019. URL: <https://yearbook.enerdata.net/co2-fuel-combustion/world-CO2-intensity.html> – Title of the screen.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.16

УДК 339.92/65.014: 658.8.07

Таранич А.В., канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Таранич О.В., канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та поведінкової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса

УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМИ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ СТРУКТУРАМИ НА ЗАСАДАХ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ НА СВІТОВИХ ТОВАРНИХ РИНКАХ

Розглянуто еволюцію поглядів на становлення корпоративного управління, визначено зв'язок між насиченістю внутрішнього ринку та зниженням прибутковості підприємств; наведено характерні риси міжнародного маркетингу, етапи його еволюції. Визначено зв'язок між комплексом міжнародного маркетингу та стратегіями охоплення світових товарних ринків. Розглянуто організаційні побудови структур управління підприємствами та збутових підрозділів.

Мета роботи – визначити особливості управління корпоративними організаційними структурами, які визначають її сутність та впливають на ефективність міжнародної маркетингу підприємств на продуктових ринках.

Управління корпоративними організаційними структурами в теперішній час є результатом тривалих управлінських інновацій, що базуються на таких новітніх управлінських концепціях, як системна та ситуаційна, що поєднують результати, отримані попередніми школами управління. Вони сприяють адаптації підприємств до умов глобалізації та конкурентного оточення, що змінюється з приголомшливою швидкістю. В основі організаційних перебудов знаходяться міркування міжнародного маркетингу, що відкривають більш широкі можливості міжнародного поділу праці, ніж національна економіка.

У процесі розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства організація міжнародного маркетингу проходить через різні стадії. При національній орієнтації діяльності підприємства закордонні операції (як правило, експорт) здійснюються через спеціалізовані лінійні підрозділи (експортний відділ). Концепція багатонаціонального маркетингу реалізується через географічну структуру (керуючі за регіонами). Стратегія глобального маркетингу спирається на організацію за товарними групами; транснаціональний маркетинг передбачає використання дивізіонально-продуктових, проектних, матричних оргструктур.

Управління корпоративними організаційними структурами на засадах міжнародного маркетингу включає характеристики продукції, які визначають як загальну організаційну побудову підприємства, так і стратегію міжнародної економічної діяльності. Переваги макропірамідальної структури управління полягають у системній економії витрат, переваги зонтичної структури полягають у гнучкості, швидкості впровадження управлінських рішень. Від політики міжнародного маркетингу залежить організаційна побудова збутових підрозділів, та характер зв'язків між центром та підрозділами – мінімальне делегування повноважень, стратегічна координація чи автономність «центрів виникнення прибутку».

Ключові слова: міжнародна економічна діяльність, міжнародний маркетинг, корпоративне управління, організаційні структури управління, функціональна, дивізіональна структура, дивізіонально-продуктова структура управління.

Табл. - 1, Літ. - 3.

Таранич А.В., Таранич О.В.

УПРАВЛЕНИЕм КОРПОРАТИВНЫМИ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ СТРУКТУРАМИ НА ОСНОВЕ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА НА МИРОВЫХ ТОВАРНЫХ РЫНКАХ

Рассмотрена эволюция взглядов на становление корпоративного управления, определена связь между насыщенностью внутреннего рынка и снижением прибыльности предприятий; приведены характерные черты международного маркетинга, этапы его эволюции. Определена связь между комплексом международного маркетинга и стратегиями охвата мировых товарных рынков. Рассмотрены организационные построения структур управления предприятиями и сбытовых подразделений.

Цель работы - определить особенности управления корпоративными организационными структурами, которые определяют ее сущность и влияют на эффективность международного маркетинга предприятий на продуктовых рынках.

Управление корпоративными организационными структурами в настоящее время является результатом длительных управленческих инноваций, основанных на таких новейших управленческих концепциях, как системная и ситуационная, объединяющих результаты, полученные предшествующими школами управления. Они способствуют адаптации предприятий к условиям глобализации и конкурентного окружения, которое изменяется с потрясающей скоростью. В основе организационных преобразований находятся размышления о международном маркетинге, которые открывают более широкие возможности международного разделения труда, чем национальная экономика.

В процессе развития внешнеэкономической деятельности предприятия организация международного маркетинга проходит через различные стадии. При национальной ориентации деятельности предприятия зарубежные операции (как правило, экспорт) осуществляются через специализированные линейные подразделения (экспортный отдел). Концепция многонационального маркетинга реализуется посредством географических структур (управляющие по регионам). Стратегия глобального маркетинга опирается на организацию по товарным группам; транснациональный маркетинг предполагает использование дивизионально-продуктовых, проектных, матричных оргструктур.

Управление корпоративными организационными структурами на основе международного маркетинга включает характеристики продукции, что определяют как общее организационное построение предприятия, так и стратегию международной экономической деятельности. Преимущества макропирамидальной структуры управления заключаются в системной экономии затрат, преимущества зонтичной структуры заключаются в гибкости, скорости внедрения управленческих решений. От политики международного маркетинга зависит организационное построение сбытовых подразделений, и характер связей между центром и подразделениями - минимальное делегирование полномочий, стратегическая координация или автономность «центров возникновения прибыли».

Ключевые слова: международная экономическая деятельность, международный маркетинг, корпоративное управление, организационные структуры управления, функциональная, дивизиональная структура, дивизионально-продуктовая структура управления.

Taranych A., Taranych O.

MANAGEMENT OF CORPORATE ORGANIZATIONAL STRUCTURES ON THE BASIS OF INTERNATIONAL MARKETING IN THE WORLD MARKETS

The evolution of corporate governance views has been considered, the relationship between the saturation of the internal market and the decline in corporate profitability has been determined; the characteristics of international marketing, the stages of its evolution. The connection between the complex of international marketing and the strategies of reaching the global commodity markets is identified. Organizational structures of enterprise management structures and sales units are considered.

The purpose of the work is to determine the peculiarities of management of corporate organizational structures that determine its essence and affect the effectiveness of international marketing of enterprises in the product markets.

Management of corporate organizational structures is now the result of long-term management innovations, based on the latest management concepts such as systemic and situational, which combine the results obtained by previous schools of management. They help businesses to adapt to the conditions of globalization and a competitive environment that is changing at a staggering pace. Organizational restructuring is based on considerations of international marketing to open more opportunities for international division of labor than the national economy.

The organization of international marketing goes through different stages in the process of development of foreign economic activity of the enterprise. With the national orientation of the enterprise, foreign operations (usually exports) are carried out through specialized linear units (export department). The concept of multinational marketing is implemented through geographical structure (regional managers). Global marketing strategy is based on organization by product groups; transnational marketing involves the use of divisional-product, design, matrix organizational structures.

Management of corporate organizational structures is based on international marketing which includes product characteristics that determine both the overall organizational structure of the enterprise and the strategy of international economic activity. Advantages of macro-pyramidal control structure are systematic cost savings, advantages of umbrella structure are flexibility, speed of implementation of management decisions. International marketing policy depends on the organizational structure of the sales units, and the nature of the links between the center and the units - minimal delegation of authority, strategic coordination or autonomy of "centers of profit".

Keywords: international economic activity, international marketing, corporate governance, organizational structures of management, functional, divisional structure, divisional-productive structure of management.

Постановка проблеми. Останніми роками в Україні відбулася значна переоцінка принципів і модельних характеристик економічного розвитку, що змінило уявлення про міжнародне економічне співробітництво. Воно зі сфери, відчуженої за допомогою державної монополії на зовнішньоекономічну діяльність від безпосередніх виробників і споживачів продукції, перетворилося на органічну складову кінцевого господарського результату суб'єктів підприємництва. Загроза торговельної ізоляції внаслідок низького рівня конкурентоспроможності продукції на світовому ринку створює виклик до активізації міжнародної економічної діяльності, що буде мати позитивні наслідки як для окремих підприємств, так і платіжного балансу України в цілому.

Орієнтація на зовнішні ринки створює передумови до використання нових форм міжнародного бізнесу, що виходять за межі чистого експорту продукції, таких як кооперація на базі франчайзингу та ліцензійного виробництва, трансферт капіталу у дочірні структури за кордоном, створення спільних підприємств. Такий розвиток може вимагати впровадження стратегій зростання у різних формах: інтенсивного (органічного) зростання, інтеграції чи диверсифікації бізнесу. Зазначені фактори можуть визначити необхідність організаційних перебудов загальної структури управління.

Таким чином, у сучасному менеджменті системи управління мають різні форми вимірювання, що зумовлює потребу кооперації методологічних підходів до їх визначення з позицій таких наукових дисциплін, як міжнародний і стратегічний маркетинг, операційний менеджмент, стратегічне управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Передумовами виникнення корпоративного управління є наукові здобутки Е. Дюркгейма, М. Вебера, О. Конта, К. Маркса у контексті розвитку соціології та бюрократії як методів управління. Подальші концепції управління організаціями та змінами поглядів у них представлені певними науковими напрямками, що змінювались від 1885 р. до теперішнього часу.

Школа наукового управління Ф. Тейлора, подружжя Гилбретів, Г. Ганта, М. Фолетта – чітко розроблені робочі операції («тербліги», діаграма Ганта для візуалізації процесу виконання плану) і висока заробітна плата робітників.

Класична школа управління А. Файоля, Д. Урвіка, Д. Муні А. Рейлі – тверда ієрархія підпорядкованості, формалізація організаційних процесів, підвищення ефективності роботи всієї організації, що було протиставленням локальному підвищенню продуктивності праці школи наукового управління.

Школа людських відносин, що поєднувала погляди Е. Мейо (теорія соціальних систем, що формується з груп робітників), А. Маслоу («пірамідална» теорія потреб), Р. Лайкерта (теорія стилів лідерства), Д. Макгрегора (теорія стилів управління), Ф. Герцберга (двофакторна теорія мотивації), які розвивались і розглядались у якості протиставлення класичної школи управління.

Розвиток математики, кібернетики, широке застосування комп'ютерів в корпоративному управлінні визначили формування емпіричної школи управління Л. Ньюменом, Е. Дейлом, С. Девісом, П. Друкмером, Г. Кунцем, Р. Фелком, Г. Лівіттом тощо. Вона спирається на розвиток системного та ситуативного підходів до корпоративного управління та поєднує логіку математичного аналізу з емпіричними рішеннями керівників.

Розвиток загальної теорії систем у межах системного підходу сприяв формуванню школи соціальних систем, що розвивала методи структурно-функціонального аналізу Т. Парсонса, Р. Мертона, Дж. Форрестера, Р. Саймона, Л. Г'ювіка, А. Етціоні – коли співробітники, ресурси, технології, структура, завдання розвитку організації є взаємозалежною сукупністю елементів, і кожне управлінське рішення не повинно бути однобічним, розвивати певні елементи за рахунок інших.

Іншим напрямком теорії систем був розвиток ситуаційного підходу Д. Вудворда, Ф. Лутанса, П. Лоуренса тощо, розглядав функціонування організації як невід'ємної частини зовнішнього середовища, яка своїми частинами адаптується до зовнішнього середовища та реагує на його зміни. Таке положення визначає необхідність застосування стратегічного менеджменту, коли неможливо скопіювати стратегію однієї компанії в діяльності іншої. Теорія систем визначає, що адаптація до змін зовнішнього середовища буде йти різними шляхами для різних організацій.

Розвиток маркетингового менеджменту відкрив новий напрямок у корпоративному управлінні, спрямований на управління продажами та організаційну побудову відділів збуту, що відносно широко розкриті в межах «класичного» маркетингу та менеджменту: М. Мескона, М. Хедоурі, П. Друкера, Т. Норнберта, Дж. Еванса, Б. Бермана, Х. Хершгена, Е. Діхтля, П. Дойля, І. Ансоффа, Г. Міцберга, Т. Пітерса, Р. Уотермена, А. Чендлера, Л. Якокки.

Відповідно, питання щодо управління корпоративними організаційними структурами знайшли віддзеркалення у публікаціях пострадянських, російських й українських науковців у період з 1980-х до 2000-х років – Г. Абрамшвілі, Г. Багієв, Е. Голубков, В. Демідов, П. Зав'ялов, А. Романов, Е. Уткін; О. Азарян, Л. Балабанова А. Войчак, С. Гаркавенко, О. Зозульов, С. Ілляшенко, В. Кардаш, Є. Крикавський, М. Окландер, А. Павленко, І. Решетнікова, А. Старостіна, О. Телетов. Також слід визначити публікації Ю. Огерчука, Х. Передала, І. Павленка, Д. Райка, В. Шумейка, присвячені адаптивності управління збутовими структурами.

Постановка завдання. Для підприємницьких структур виникає необхідність в адаптації організаційних структур управління до вимог зовнішньоторговельної орієнтації підприємств корпоративного сектору України.

Мета роботи – визначити особливості управління корпоративними організаційними структурами, які визначають її сутність та впливають на ефективність міжнародної маркетингу підприємств на продуктових ринках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Еволюція підприємств корпоративного сектору України визначає необхідність освоєння світових товарних ринків через їх наявний потенціал й обмеженість внутрішнього ринку. Узагальнено останню можна звести до таких міркувань:

1. Насиченість внутрішнього ринку та зростання конкурентного, посередницького, податкового тиску (захист навколишнього природного середовища; вимоги соціального й антимонопольного законодавства), за яких вигідно орієнтувати розвиток бізнесу за кордоном. За нашою думкою, концентрація ринкової частки на певному товарному ринку більш, ніж на 30 % та промисловому на 40-60 %, призводитиме до зниження темпів зростання прибутку через зазначені різновиди конкурентного, податкового й антимонопольного тиску та зростання транспортних витрат. Наприклад, у проведеному дослідженні маркетингової політики підприємств [1] корпорація «Оболонь» активно поширювала власне територіальне охоплення, що призвело до її збитковості протягом останніх років.

2. Подолання залежності від внутрішнього ринку і диференціація ризиків шляхом виходу на зовнішні ринки.

3. Усунення залежності підприємств від сезонної циклічності у коливаннях попиту на внутрішньому ринку та використання сезонності на світових товарних ринках.

4. Поліпшення якості завантаження наявних і додатково створюваних виробничих потужностей, коефіцієнт використання яких має становити 80-90 %.

5. Використання додаткових ефектів від участі у процесах міжнародного поділу праці шляхом використання таких форм організації міжнародного бізнесу, як кооперація без участі в капіталі, трансферт капіталу чи спільне підприємництво (у різних формах), реімпорт продукції; а також зниження собівартості продукції за рахунок зменшення транспортних, матеріальних, експлуатаційних, соціальних, податкових витрат.

6. Використання державних програм сприяння розвитку бізнесу, які прийнято у своїй країні або в країні перебування.

Інтернаціоналізація світового господарства поставила підприємство у якісно нові

умови діяльності. При виході і роботі на міжнародному ринку воно не може обмежуватися тільки видозміною існуючих в його розпорядженні інструментів для вивчення внутрішнього ринку. Принципово нова ситуація і збільшення числа факторів, що впливають на прийняття рішень, призвели до виникнення самостійних сфер зовнішньоекономічної діяльності підприємства: управління ризиками у зовнішньоекономічній діяльності, міжнародний фінансовий менеджмент, міжнародне торгове право, міжнародний маркетинг.

Саме зростання значення міжнародного маркетингу, викликане чинниками просторового й географічного порядку, визначають зміни не лише комплексу маркетингу, маркетингової інформаційної системи та системи маркетингових досліджень, а комплексні перебудови в організаційних структурах управління.

Значення міжнародного маркетингу для підприємств зростає з інтернаціоналізацією та глобалізацією національних економік. Спочатку, як відомо, він здійснювався в основному мультинаціональними і міжнародними підприємствами. Для теперішнього часу стає характерним, коли середні і навіть малі підприємства збільшують свою частку експорту, а також великі корпорації розвивають міжнародний маркетинг на рівні середніх чи малих підприємств.

Також еволюція міжнародного маркетингу на підприємствах відбувається в ускладненні його форм і методів. Серед еволюційних форм міжнародного маркетингу вирізняють традиційний експорт, експортний маркетинг, міжнародний маркетинг, глобальний маркетинг (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи та сутність еволюції міжнародного маркетингу на підприємстві [2]

Етапи	Сутність
Традиційний експорт	Експорт товарів силами відділів маркетингу чи МЕД. Відсутність збутових структур за кордоном, що здійснюють подальший супровід товару, дослідження ринку чи ступеня задоволеності споживачів
Експортний маркетинг	Створення філій, відділень, складських мереж і сервісних центрів, що здійснюють маркетинговий супровід товару та формують сталий зворотній зв'язок зі споживачами
Міжнародний маркетинг	Формування виробничих, маркетингових і сервісних мереж на цільових світових товарних ринках з метою отримання стійких переваг від участі у міжнародному поділі праці шляхом використання всіх форм організації міжнародного бізнесу (кооперація, трансферт капіталу, спільні, дочірні підприємства) та міжнародних економічних зв'язків: науково-технічний обмін, контрактні виробництва, доступ до фінансових, трудових, матеріальних ресурсів
Глобальний маркетинг	Міжнародний маркетинг є невіддільним від міжнародного менеджменту, коли міжнародна економічна діяльність охоплює всі функціональні ланки корпорації: маркетинг, фінанси, дослідження і розробки, персонал, постачання, виробництво, а збут лише завершає комплекс комерційної діяльності. Міжнародний маркетинг є шляхом інтернаціоналізації діяльності підприємства, він спрямований на обґрунтування цільових позицій управління маркетинговою, інноваційною й інвестиційною активністю підприємства на світовому ринку

Різноманітність умов ринку обумовлює особливу організацію міжнародного маркетингу. Характерні риси міжнародного маркетингу:

а) система локалізованого дослідження, універсального моніторингу світових товарних ринків, збору первинної та статистичної інформації, що враховує особливості «культурного» порядку в поведінці споживачів;

б) крос-функціональна система взаємодії підрозділів підприємства, що дає змогу

швидко дізнаватися про зміни, і вживати попереджувальні заходи;

в) швидка реакція на ринкові виклики, що передбачає гнучкість виробничих і адміністративних підрозділів, адаптивність до зовнішніх умов;

г) система моніторингу та контролю маркетингової діяльності, що спирається на крос-культурні комунікації, відмінності у міжнародному та національному правочині, звітності, валютному регулюванні.

Відповідність таким вимогам системи міжнародного маркетингу створює необхідні умови довготривалої міжнародної діяльності та прибутковості бізнесу.

Являючи собою своєрідну цілісність, міжнародний маркетинг, тим не менш, повинен бути пристосований до характеристик підприємства. Особливо слід розрізняти стратегії маркетингу, що передбачають крокове чи глобальне охоплення світових товарних ринків.

Вибір стратегій міжнародного маркетингу повинен спиратися на фінансові резерви підприємства та можливості щодо забезпечення конкурентної захищеності, серед яких найбільш дієвими є унікальні технології виробництва продукції (також із унікальними компонентами та напівфабрикатами чи видобуванням й обробкою сировинних ресурсів) і наявність патентів з одного боку.

З іншої сторони, це швидкість впровадження інноваційних, технологічних, дизайнерських змін у комплекс міжнародного маркетингу, пов'язаний із заходами сегментування ринку, позиціонування продукції, диференціації (дистанціювання) від конкурентів, що створює такий унікальний вид конкурентного захисту, як «час», коли кожна маркетингова ітерація створює часовий відрив за рахунок часу на вивчення, сприйняття нових стандартів купівельної поведінки споживачів й апробації власної маркетингової пропозиції на ринку. Більш докладно про способи конкурентного захисту наведено в монографії [3, с. 150-157].

Таким чином, в залежності від продукції й організаційних можливостей, підприємство може формувати каскадну чи глобальну стратегію інтернаціоналізації міжнародної економічної діяльності.

Стратегія каскадної інтернаціоналізації передбачає освоєння світових товарних ринків крок за кроком. Компанія може використовувати переваги стандартизації у випуску продукції чи проводити адаптацію власного комплексу маркетингу, коли певна країна (група країн) вимагають закріплення на ринку.

На перший погляд, конкурентам таку стратегію адаптувати дуже легко, тому що сама компанія розвивається досить повільно. Успіх стратегії каскадного маркетингу буде пов'язаний із високими вхідними галузевими бар'єрами, іміджем й експертизою виробника, коли він контролює цільові ринки збуту та рухається у бік менш привабливих країн.

Відсутність подібного «фінансово-технологічного» захисту вимагає від виробників стратегії глобальної інтернаціоналізації міжнародної економічної діяльності, що базується на гнучкості та швидкості процесів впровадження товарних новацій. Її успішність для підприємства буде залежати від одночасного охоплення великих географічних регіонів, із широким застосуванням всіх форм організації міжнародного бізнесу, спрямованих на виробництво, дистрибуцію та реалізацію продукції на світовому ринку.

Успішність виходу підприємств на глобальний (мультинаціональний) ринок залежить від партнерських відносин з фірмами та корпораціями, що діють у різних країнах. Так, міжнародна виробнича кооперація може охоплювати цілу низку країн і географічних регіонів світу з метою забезпечення певних глобальних конкурентних

переваг, а торгівельний франчайзинг забезпечуватиме успішне поширення бренду на світовому ринку.

Отже, чітко простежується тенденція, коли міжнародна кооперація і співпраця, які усе більше розвиваються на тлі загострення конкурентної боротьби на світовому ринку, надають маркетингу новий глобальний характер, поєднуючи маркетинг продажів і маркетинг закупівель в єдиний комплекс, здійснюваний в одному стратегічному руслі. Очевидно, що розвиток глобального маркетингу дає додатковий імпульс розвитку економік тих країн, підприємства і фірми яких беруть активну участь у даному процесі, отримуючи конкурентні переваги і додатковий прибуток від використання вигід міжнародної кооперації.

У цьому зв'язку очевидними стають роль і значення міжнародного маркетингу у формуванні та розвитку світогосподарських зв'язків і економіки кожної країни, що бере участь у даному процесі.

Для управління корпоративними організаційними структурами на світових товарних ринках можна рекомендувати такі стійкі структурні побудови, як макропірамідална, зонтична і інтергломеративна (представляє собою міжнародний конгломерат).

У контексті розвитку міжнародного маркетингу на підприємствах можна визначити певну залежність структурної побудови від асортименту продукції, що випускається. Для тих товарних ринків, що мають низький ступінь інноваційних змін в товарах і технологіях їх виробництва, буде характерним як стандартизоване ціноутворення, що пов'язане із незначним коливанням навколо середнього рівня цін, так і прибуток, який буде зростати за умов використання ефекту масштабу й усунення понаднормових витрат.

До таких відносяться підприємства сировинного спрямування, профільні виробники стандартизованих товарів споживчого та виробничого призначення. Формування прибутку в них залежить від ступеня економії позавиробничих витрат, тому бажано формувати макропірамідалну структуру управління, також вона може мати функціональний чи дивізіональний характер. Через те, що продукція є стабільною (інертною) в інноваційному та ціновому плані, прибуток від її реалізації буде залежати від жорсткості коригування витрат. Такий ефект досягається в макропірамідалних структурах централізацією управління в корпоративному центрі, де зосереджені функції стратегічного розвитку та управлінського контролю. Стратегічне управління відбувається з позицій бюджетування витрат і відсутності понадлімітних видатків.

Інша справа, якщо підприємство діє на активному інноваційному ринку, тоді комплекс маркетингу потрібно коригувати від одного до чотирьох разів на рік, успішність чого буде залежати від швидкості проходження управлінських рішень щодо внутрішнього розвитку та реакції на дії конкурентів. За таких умов необхідно реалізувати таке делегування повноважень, щоб забезпечити автономність кожного підрозділу як джерела отримання прибутку. За головним офісом залишаються питання глобального стратегічного розвитку (рішення щодо диверсифікації та розподілу коштів у портфелі бізнесу, управління портфелем цінних паперів, іміджевою рекламою, корпоративною соціальною відповідальністю), бенчмаркінгу та підвищення гнучкості горизонтальних зв'язків між стратегічними одиницями бізнесу.

Витрати на підтримку зонтичних структур вище, ніж макропірамідалних, проте кожна зі стратегічних одиниць бізнесу має можливість вільного та швидкого коригування комплексу маркетингу, особливо піонерного (преміального) ціноутворення, що визначає базис до інноваційного зростання.

Зонтичні структури звичайно формуються за товарним принципом, але також можуть бути ринковими чи географічними. Загальним недоліком зонтичних структур може бути дублювання збутових структур, логістики та мереж постачання, що вирівнюється за рахунок їх централізації. Подальша еволюція й ускладнення зонтичних структур можуть бути вирішені за рахунок їх перебудови на зразок проектних чи матричних структур управління.

Інший варіант організаційної побудови багатонаціональних компаній пов'язаний не з інноваційною складовою товарної політики, а з організаційною – диверсифікація й інтеграція бізнесу, утворення вертикально-інтегрованих виробничих циклів призводять до поєднання промислових та споживчих товарів в єдиний асортимент. Тоді виникає необхідність у формуванні гібридної пірамідально-зонтичної структури: інтергломерат чи міжнародний конгломерат – коли інноваційно стали частину бізнесу регулює матрична структура, а інноваційний маркетинг делеговано до зонтичної частини.

Організація міжнародного маркетингу на підприємстві повинна забезпечити розмежування відповідальності у процесі прийняття рішень у сфері маркетингу та контролю за їх виконанням. Різні підрозділи всередині підприємства можуть утворюватися за функціональним (дослідження ринків, реклама, збут), географічним (Південно-Східний, Європейський регіон, країни ЧЕС), товарним принципом (товарна група А, Б, В) або за групами споживачів із подібними характеристиками (біржова, оптова, роздрібна торгівля, державні закупівлі).

Залежно від ступеня інтеграції підрозділів міжнародного спрямування у загальну систему підприємства розрізняють такі види оргструктур:

- диференційовані (збутові функції і, зокрема, міжнародного маркетингу, здійснюються самостійними підрозділами, наприклад, торгівельним будинком у складі холдингу);

- інтегровані (одні й ті самі відділи відповідають за реалізацію функцій маркетингу на внутрішньому і зовнішньому ринках – відділ маркетингу й експорту продукції);

- загальні (міжнародний маркетинг не виділяється в особливу область діяльності. Подібні структури використовуються на підприємстві з низькою питомою вагою міжнародної економічної діяльності).

Організація за товарним принципом використовується на підприємствах з широкою номенклатурою виробництва і великим числом цільових ринків. Керуючим товарними групами підпорядковуються різні функціональні відділи, пов'язані з розробкою, виробництвом, рекламою і логістикою усіх товарів, що входять до сфери їх відповідальності. Подібна оргструктура дає змогу найбільш ефективно пристосувати товари підприємства до вимог конкретних цільових ринків і контролювати витрати і результати від їх продажу. До недоліків організації за товарним принципом відносяться: зростання управлінських витрат (на утримання додаткових відділів, зарплату їх співробітникам); недостатні повноваження керівників товарних груп для реалізації переданих їм функцій; небезпека дублювання маркетингових заходів на цільовому ринку (наприклад, одночасне створення збутової мережі для двох різних товарів одного підприємства).

При організації за географічним чи споживчим принципом окремі країни чи регіони відносяться до одного підрозділу за мовними ознаками (відділ Південно-Східної Азії), політичними особливостями («країни перехідної економіки» Східної Європи) або за загальними умовами здійснення міжнародної економічної діяльності у даній країні або регіоні (країни ЄС, Північноамериканської торгової угоди, учасники СОТ). Географічна (або споживча) організація діяльності в рамках міжнародного маркетингу забезпечує

детальне знання мікро- і макросередовища діяльності підприємства на цільових ринках. Водночас передача ідей і технологій всередині такої структури може ускладнюватись негативним ставленням керуючих за регіонами до «вторгнення в сферу їх компетенції».

Розвиток різних змішаних форм організації міжнародного маркетингу на підприємстві (зокрема, матричних структур) обумовлений прагненням звести до мінімуму недоліки, властиві кожному із зазначених типів оргструктур. Побудова матричної структури управління здійснюється на підприємствах, що пройшли певні етапи організаційних перебудов, а керівники та співробітники мають досвід кооперації та роботи в команді. Побудувати матричну структуру «з нуля» практично неможливо.

Розробка організаційної структури міжнародного маркетингу пов'язана з проблемою визначення необхідного ступеня централізації. Під централізацією розуміється розподіл відповідальності між підрозділами підприємства в процесі планування і прийняття рішень у сфері міжнародного маркетингу. Фактори децентралізації управлінських функцій:

- складність ситуацій, в яких здійснюється прийняття рішень;
- ступінь невизначеності й недостатності даних про цільові ринки;
- високопрофесійна експертиза регіональних відділень;
- потреба у швидкості ухвалення розглянутих рішень;
- складна система комунікації між головним і дочірніми підприємствами;
- вища кваліфікація співробітників дочірніх підприємств;
- більш питома вага міжнародної економічної діяльності у загальній діяльності підприємства.

Координування діяльності підприємства на окремих цільових ринках забезпечується за допомогою спеціальних підрозділів у його оргструктурі. Стратегічні координаційні групи утворюють із представників головного підприємства та його закордонних відділень. Завданням таких груп є вироблення загальної концепції діяльності на цільових ринках, яка реалізується потім представниками закордонних відділень з урахуванням специфіки ринку. Групи прийняття стратегічних рішень за структурою аналогічні координаційним групам, але, на відміну від останніх, мають право прийняття рішень щодо стратегії діяльності на цільових ринках, обов'язкових для виконання закордонними відділеннями підприємства.

У рамках концепції головного ринку для групи країн, у яких діє підприємство, вибирається найбільш значимий ринок. Відділення підприємства на цьому ринку (іноді – головне підприємство) бере на себе функції координатора діяльності філій підприємства на інших ринках, виробляючи для них стратегічні орієнтири. На основі загальної стратегії розробляються конкретні маркетингові заходи на кожному з цільових ринків.

При організації діяльності відділень підприємства за принципом «центрів виникнення прибутку» кожне з них несе повну відповідальність за результати роботи на своєму ринку (постачання, виробництво і збут продукції). Відносини з головним підприємством будуються на комерційній основі.

Висновки. Управління корпоративними організаційними структурами в теперішній час є результатом тривалих управлінських інновацій, що базуються на таких новітніх управлінських концепціях, як системна та ситуаційна, що поєднують результати, отримані попередніми школами управління. Вони сприяють адаптації підприємств до умов глобалізації та конкурентного оточення, що змінюється з приголомшливою швидкістю.

В основі організаційних перебудов знаходяться міркування міжнародного маркетингу, що відкривають більш широкі можливості міжнародного поділу праці, ніж національна економіка.

У процесі розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства організація міжнародного маркетингу проходить через різні стадії. При національній орієнтації діяльності підприємства закордонні операції (як правило, експорт) здійснюються через спеціалізовані лінійні підрозділи (експортний відділ). Концепція багатонаціонального маркетингу реалізується через географічну структуру (керуючі за регіонами). Стратегія глобального маркетингу спирається на організацію за товарними групами; транснаціональний маркетинг передбачає використання дивізіонально-продуктових, проектних, матричних оргструктур.

Управління корпоративними організаційними структурами на засадах міжнародного маркетингу включає характеристики продукції, які визначають як загальну організаційну побудову підприємства, так і стратегію міжнародної економічної діяльності. Переваги макропірамідальної структури управління полягають у системній економії витрат, переваги зонтичної структури полягають у гнучкості, швидкості впровадження управлінських рішень.

Також від політики міжнародного маркетингу залежить організаційна побудова збутових підрозділів, та характер зв'язків між центром та підрозділами – мінімальне делегування повноважень, стратегічна координація чи автономність «центрів виникнення прибутку».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Таранич А.В., Шаповал А.С. Особливості брендингової політики споживчих товарів // Економіка і організація управління: Збірник наукових праць. — Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2019. — Вип. 1 (33). С. 92-102.
2. Міжнародний маркетинг: навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів / В. Я. Омельченко, В. Г. Кузнецов, А. В. Таранич, С. В. Громенкова. – Вид. 3-тє, допов. – Вінниця: ДонНУ, 2018. – 285 с.
3. Стратегія міжнародної економічної діяльності кластерних утворень в інформаційній економіці: монографія /С.І. Гриценко, А.В. Таранич. — Донецьк: ДонНУ, 2010. — 227 с.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.17

УДК 339.9:338.43.02:001.895

Шкурат М.Є., к.е.н., старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин, Донецький національний університет імені Василя Стуса

Неголюк Ю.В., студентка, Донецький національний університет імені Василя Стуса

КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО НАПРЯМКУ «ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА» В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗОВАНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

У роботі актуалізовано питання проблем переходу суспільства до сучасного напрямку «зелена економіка», наведено її можливі перспективи розвитку та необхідність упровадження у сучасний господарський процес. Надано визначення терміну «зелена економіка» та наведено основні характерні риси даного процесу. Розглянуто визначення питання в межах робіт іноземних та вітчизняних авторів та аналіз їх оцінки впливу даного напрямку на загальний економічний розвиток країни. Визначено основні переваги та перспективи напрямку «зелена економіка». Здійснений аналіз розвитку інноваційного методу в умовах функціонування ринкової системи управління та вільної конкуренції. Проаналізовано методи впливу та регулювання даного напрямку у межах законодавчої системи країни. Висунуто пропозиції щодо можливого плану розвитку держави за умов функціонування інноваційного напрямку «зелена економіка» у господарський процес.

Ключові слова: інноваційний метод, зелена економіка, вичерпність ресурсів, трансформація, новітні технології.

Рис. - 3, Літ. – 8.

Шкурат М.Е., Неголюк Ю.В.

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО НАПРАВЛЕНИЯ «ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА» В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫХ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

В работе актуализирован вопрос проблем перехода общества к современному направлению «зеленая экономика», приведены ее возможные перспективы развития и необходимость внедрения в современный хозяйственный процесс. Дано определение термина «зеленая экономика» и приведены основные характерные черты данного процесса. Рассмотрены определения вопроса в пределах работ иностранных и отечественных авторов и анализ их оценки влияния данного направления на общее экономическое развитие страны. Определены основные преимущества и перспективы направления «зеленая экономика». Осуществлен анализ развития инновационного метода в условиях функционирования рыночной системы управления и свободной конкуренции. Проанализированы методы воздействия и регулирования данного направления в рамках законодательной системы страны. Выдвинуты предложения относительно возможного плана развития государства в условиях функционирования инновационного направления «зеленая экономика» в хозяйственный процесс.

Ключевые слова: инновационный метод, зеленая экономика, исчерпаемость ресурсов, трансформация, новейшие технологии.

Shkurat M., Negolyuk Y.

**KEY FACTORS OF DEVELOPMENT OF INNOVATIVE DIRECTION OF
"GREEN" ECONOMY IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZED
TRANSFORMATION PROCESSES**

The problem of transition of society to the modern direction of "green economy" is actualized in the work, its possible prospects of development and necessity of introduction in the modern economic process are given. The definition of the term "green economy" is given and the main features of this process are given. The definition of the issue in the framework of the works of foreign and domestic authors and the analysis of their assessment of the impact of this area on the overall economic development of the country. The main advantages and prospects of the green economy are identified. Analysis of the development of innovative method in the conditions of functioning of the market management system and free competition. The methods of influence and regulation of this direction within the legislative system of the country are analyzed. Suggestions have been made regarding a possible plan for the development of the state under the conditions of the innovative direction "green economy" in the economic process.

Keywords: innovative method, green economy, resource exhaustion, transformation, newest technologies.

Вступ. Провідною тенденцією сучасного суспільства сьогодні виступає глобалізація. В умовах глобалізаційних змін зростає рівень вичерпності природних ресурсів. Людство використовує ресурси в значно швидшому темпі, ніж відбувається їх природне відновлення. В результаті виникає проблема розробки альтернативних методів ведення бізнесу та господарських процесів, що призводить до трансформації економічного середовища держав та її переорієнтацію на екологічні шляхи ведення економічної політики країн світу. Тому експерти ООН радять звернути увагу на формування нової «зеленої» економіки, яка передбачає зростання ролі держави і міждержавних органів у економічному регулюванні, створенні умов для розвитку бізнесу на основі нових «зелених» технологій та екологізації індустріальних галузей господарства.

Мета статті - аналіз розвитку сучасних тенденцій розвитку «зеленої економіки» в світі, можливості застосування даних технологій у веденні господарства України, вплив та раціональність використання «зелених» технологій у сфері малого та середнього бізнесу, ефективна політика держави для максимізації добробуту населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти концепції «зеленої економіки» досліджують зарубіжні вчені: Є. Барбієр, А. Камерон, А. Марканді, К. Стюарт, Д. Піарс [3]. Значний внесок у дослідження теоретичних та практичних аспектів «озеленення» економіки зробили такі українські вчені: Ю. Бережна, О. Веклич, І. Бистряков, Т. Галушкіна, Б. Данилишин, А. Качинський, Л. Мусіна, В. Потапенко, А. Мартинюк, Ю. Огаренко, Н. Шлапак [2–4; 6; 7]. Але зважаючи на швидкі темпи розвитку світових економік та їх переорієнтація, дане питання потребує глибшого дослідження та аналізу окремих принципів впливу.

Виклад основного матеріалу. За останнє десятиліття суспільство зіштовхнулося із безліччю природних катаклізмів, внаслідок нераціонального використання ресурсів. Це призвело до знищення нашої екосистеми та погіршення рівня життя суспільства:

- згідно прогнозів, через 20 років запаси води будуть задовольняти лише 60% світової потреби. 2,6 млрд. людей не мають доступу до базової санітарії;
- протягом 1990 – 2005 рр. площа лісів щорічно зменшувалась на 13 млн. га.;

- сільськогосподарський сектор за традиційних технологій обробітку землі споживає понад 70% світових ресурсів питної води та є відповідальним за 13% світового обсягу викидів парникових газів;

- лише 25% всіх відходів сьогодні утилізують або регенерують;

- рівень концентрації CO₂ в атмосфері майже досяг екологічного порогу [7].

Саме ці чинники призвели до високого рівня зацікавленості держав у вирішенні суспільно небезпечних екологічних питань. Таким чином, в світі зріс попит на розвиток екологічно безпечних виробництв та захист запасів природних матеріалів та сировини.

Після світової економічної кризи у 2008 році, яка призвела до соціально-економічних та політичних змін у країнах, світова спільнота почала виявляти все більший інтерес до нових видів та шляхів розвитку та функціонування господарства та економіки в цілому.

Уперше термін «зелена економіка» використала група провідних вчених: Д. Піарс, А. Маркандія, Є. Барбієр у звіті Уряду Великобританії «Концепція зеленої економіки» (1989 р.) [18]. У дослідженнях міжнародної організації ЮНЕП зазначається, що концепція «зеленої економіки» «...може вирішити поточні завдання та надати можливості для стратегії економічного розвитку всіх народів» [6].

Експерти ООН з охорони навколишнього середовища розглядають «зелену економіку» як таку, що сприяє «...поліпшенню добробуту людей та соціальної рівності, значно зменшуючи екологічні ризики й екологічні дефіцити» [5].

Вчені Данії визначають «зелену економіку» як процес трансформації, що нівелює диспропорції та дисфункції сучасної економіки, і результатом якого є добробут людства та справедливий доступ до ресурсів для кожного члена суспільства в умовах екологічної та економічної цілісності [9].

Зелена економіка – це економіка, яка сприяє розвитку нових видів господарювання та удосконаленню методів використання ресурсів з максимальною ефективністю, шляхом оптимізації екологічної ситуації та заощадливого ставлення до природних ресурсів планети., а також стимулює покращення життя суспільства та задоволення їх потреб зі зменшенням шкоди для навколишнього середовища.

Важливим індикатором «зеленої економіки» є індекс екологічної продуктивності (ЕРІ), який є комплексним показником оцінки екологічної політики держави й окремих її суб'єктів. Україна у 2018 р. посіла 109-те місце серед 146-х країн світу з показником у 52,87%. Найкращий показник за аналізований період мала Швейцарія – 76,2%. Найбільший приріст індексу спостерігався в Азербайджані – 15,95%. У Росії ЕРІ склав 45,43% і за 12 років він скоротився найсуттєвіше – на 5,14% [4].

Значення Індексу сформоване за шкалою від 0 до 100 (гірше-краще) на підставі оцінки 24 показників, згрупованих у 10 категорій, які відображають різні аспекти стану оточуючого природного середовища та життєздатності екосистем (збереження біологічного різноманіття, ступень навантаження економічної діяльності на оточуюче середовище, ефективність державної політики в сфері екології тощо).

У поточному році Індекс України склав 52,87 бали. При чому, найгірше значення отримав показник, який оцінює втрати нами лісового покриву (14,08). Крім того, ряд показників оцінено менше, ніж на 50 балів (рис.1) [2].

«Вільні ринки не передбачають вирішення соціальних проблем» [8], тому існує потреба у вдосконаленні державної політики, включаючи заходи в області ціноутворення і регулювання, з метою зміни неправильних ринкових стимулів, що обумовлюють нераціональний розподіл капіталу та ігнорують соціальні і екологічні наслідки. Роль продуманих постанов регулюючих органів, політики і державних

інвестицій як чинників, здатних змінити модель приватного інвестування, теж все частіше признається і доводиться історіями успіху з усіх регіонів світу, особливо з тих, що розвиваються [9].

Така ситуація призвела до появи нового підходу (концепції, моделі) подальшого світового розвитку. На Форумі «Ріо + 20» у 2012 році ЮНЕП представила доповідь «Назустріч «зеленій економіці», яка направлена на реалізацію таких цілей, як боротьба із бідністю та досягнення сталого розвитку у XXI столітті.



Рисунок 1 - Рейтинг України за індексом екологічної ефективності у 2018 р.

В доповіді ЮНЕП йдеться про необхідність інвестування 2% світового ВВП в десять ключових секторів «зеленої» економіки:

- сільське господарство;
- житлово-комунальне господарство;
- енергетика;
- рибальство;
- лісове господарство;
- промисловість;
- туризм;
- транспорт;
- утилізація та переробка відходів;
- управління водними ресурсами [1].

У «зеленій» економіці зростання доходів і зайнятості забезпечується державними і приватними інвестиціями, що зменшують викиди вуглецю і забруднення, підвищують ефективність використання енергії і ресурсів та запобігають втраті біорізноманітності і екосистемних послуг. При цьому наголошується, що державні інвестиції та витрати на «озеленення» економіки повинні стати пріоритетними.

Заохочення інвестицій в ключові екосистемні послуги і розвиток виробництва з низьким рівнем викидів вуглецю призводить до економічного зростання, яке характеризується значним послабленням зв'язків з шкідливим впливом на довкілля, а також демонструє істотне скорочення глобального екологічного сліду.

У ряді країн вже розроблені стратегії або плани «озеленення» національної економіки. Ці стратегії розрізняються з точки зору пріоритетів, а також інтерпретації

«зеленої» економіки. Країни ставлять перед собою конкретні цілі, пов'язані з тими або іншими аспектами «зеленої» економіки. Дані цілі охоплюють широкий діапазон сфер - від викидів парникових газів і якості води до енергоефективності нового житла і просторового розподілу природних екосистем [8].

В Україні 21 грудня 2010 року був ухвалений Закон України «Про основні принципи (стратегії) державної екологічної політики на період до 2020 р.» [7]. Згідно з цим документом стратегічною метою національної екологічної політики є стабілізація і поліпшення стану довкілля для безпечного життя і здоров'я населення, а також впровадження екологічно збалансованої системи природокористування.

На сьогоднішній день ми спостерігаємо швидкий розвиток малого та середнього бізнесу в країнах світу. Саме ці підприємства створюють більшу частину ВВП провідних країн світу. Із трансформацією ряду соціальних показників за останні роки та появою попиту покупців на екологічно чисті продукти, все більша частина підприємств почала програму соціального захисту та екологічного орієнтування свого виробництва.

Бізнес запроваджує «зелену» стратегію в межах своїх інтересів, щоб збільшити свій дохід, або зменшити витрати, шляхом оптимізації технологій та еко-орієнтування виробництва. Що в свою чергу призведе до збільшення продажів. Зелений бізнес почав свій розвиток, зі збільшенням попиту на нього, через зростання рівня обізнаності про довкілля і впливу промисловості та споживачів на навколишнє середовище.

На сьогодні зелений бізнес пропонує ряд рішень найбільш гострих екологічних проблем, які постали перед суспільством:

- проекування та будівництво енергоефективних будівель;
- вторинна переробка та безпечне управління відходами;
- розвиток відновлюваної енергетики;
- очищення стічних вод [3].

Малий і середній бізнес в Україні є однією з потужних соціально-економічних сил. За даними Державної служби статистики України у 2018 році в Україні налічувалося понад 2 млн підприємств, з яких 99 - малі та мікропідприємства [1].

Звичайно вплив одного чи декількох малих підприємств на довкілля є незначним, але загальний вплив на довкілля має високі показники. Тому є актуальною проблемою розробка ефективної організації функціонування даних підприємств та їх екологізація.

Інформація щодо обсягів зеленого бізнесу в Україні – майже відсутня. Це пов'язано із відсутністю системи збору статистичної інформації для відстеження цього швидко зростаючого інноваційного сектору, а також відсутністю належної класифікації економічних видів діяльності.

Зважаючи на сьогоднішній стан економічної ситуації в країні, Україна має досить великий потенціал у впровадженні стратегії «Зеленої економіки». Зважаючи на використання застарілих технологій, виявлення нагальної потреби в скороченні ресурсної та енергетичної залежності основних галузей промисловості країни, впровадження даної стратегії призведе до стрімкого зростання економіки та покращення якості життя суспільства.

Дослідження консалтингової компанії Reasearch&Branding Groupe показав, що мінімальний розмір сектору екологічних товарів та послуг в Україні мінімальний в 2018 році становив 112,6 млрд грн. Це істотно більше ніж в попередні роки: у 2017- 18 млрд грн., у 2016 р. – 17,6 млрд грн., у 2015 р. – 12 млрд грн. Варто зазначити, що дві третини сектору входять до групи управління ресурсами і одна третина – до групи захисту довкілля [6].

У 2019 році спостерігається збільшення інвестицій та попиту на відновлювані види

енергії та екологічно орієнтовані підприємства. Україна має значний потенціал видобутку енергії з відновлюваних джерел. Обсяг річного енергетичного потенціалу основних видів відновлюваної енергії представлено нижче (рис. 2). Високий потенціал впровадження та використання мають біоенергетика, вітроенергетика, сонячна енергія та геотермальна енергетика, що видно з рисунка 2.

Уряд України сприяє розвитку та запровадженню нових видів енергетики шляхом державного квотування та інвестування. Так, після 2008 року, коли в Україні було ухвалено Закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення «зеленого» тарифу» дало імпульс для розвитку нових напрямів зеленого бізнесу не лише на підприємствах, але і в домашніх господарствах.

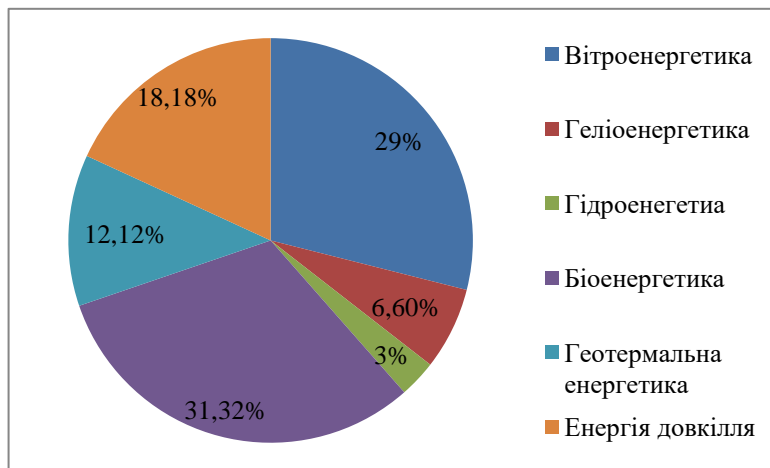


Рисунок 2 - Потенціал галузі відновлюваних джерел енергії України

В Україні вже 10 років активно розвиваються такі сфери зеленого бізнесу як: виробництво біопалива; виробництво сонячних панелей; виробництво паливних гранул з відходів; виробництво електроенергії на малих гідроелектростанціях; вітрова енергетика [5].

Зелений бізнес функціонує для задоволення потреб споживачів зі зменшенням негативного впливу на довкілля. Тобто попит на розвиток зеленого бізнесу буде зростати із збільшенням зацікавленості суспільства в екопродуктах та послугах.

Підвищення соціальної відповідальності населення призведе до стрімкого розвитку нових технологій, які будуть забезпечуватися саме зеленою сферою економіки. На сьогоднішній день, Україна має досить високий потенціал впровадження зеленого бізнесу для покращення своєї економічної ситуації.

Для ефективного функціонування зеленого бізнесу варто проводити ефективну економічну та соціальну політику, за допомогою якої уряд країни зможе забезпечити високий рівень продуктивності підприємств, які долучилися до зеленого тарифу.

Для досягнення ефективного функціонування зеленого бізнесу слід проводити політику соціальної відповідальності для формування екосвідомості у суспільства, що забезпечить збільшення попиту на екотовари та послуги. Також, державна політика повинна підтримувати зелений сектор економіки, шляхом залучення інвестицій та покращення умов функціонування даного сектору (рис.3).

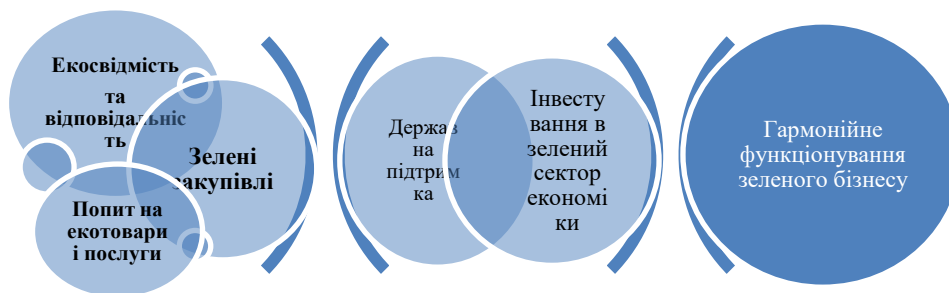


Рисунок 3 - Схема ефективного функціонування зеленого бізнесу

Висновки. Розвиток зеленого бізнесу в Україні є одним із пріоритетних напрямків в економіці держави. Зелені технології призведуть до швидкого зростання економічних показників та покращать рівень добробуту населення. Чітка та регульована урядова політика призведе до ефективного впровадження та функціонування зеленого бізнесу не лише на великих, але і на малих підприємствах, що покращить рівень легкості ведення бізнесу та розширить його рамки (шляхом появи нових технологій та підприємств). Будь-яка галузь економіки може надавати перевагу більш екологічно безпечним методам роботи та зменшити свій вплив на довкілля.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року : Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 26. – С. 1284.
2. Інвестиції в «зелену економіку» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.greenmind.com.ua/upload/forum2013/daria-revina.pdf>.
3. Мартинюк А. Перспективи розвитку «зеленої» економіки [Електронний ресурс] / А. Мартинюк, Ю. Огаренко ; Фонд ім. Фрідріха Еберта – 2012. – 16 с. – Режим доступу : http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/publikationen/green_economy_perspectives.pdf
4. Організація Об'єднаних Націй (ООН) [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Режим доступу : <http://www.un.org/ru/>.
5. Organization for economic co-operation and development Declaration on Green Growth, adopted at the Meeting of the Council at Ministerial Level on 25 June 2009. [C/MIN(2009)5/ADD1/FINAL] // [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.oecd.org/env/44077822.pdf.
6. UNEP. Green Economy Developing Countries Success Stories. (2010) // [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.unep.org/greeneconomy_successstories.
7. European Commission. Europe 2020: a European strategy for smart, sustainable and inclusive growth. Brussels, COM(2010) 2020 // [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://europa.eu/press_room/pdf.
8. Энергия единства. «Зеленая» экономика: глобальный тренд развития // KAZENERGY. – 2016. – №2. ЮНЕП. На встречу зеленой экономике: путь к устойчивому развитию и искоренению бедности. Обобщающий доклад для властных структур (2011) // [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.unep.org/greeneconomy.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.18

УДК 005.5:504.064

Семеніхіна В.В., старший викладач, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

СОЦІО-ЕКОЛОГІЧНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО УСПІШНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Обґрунтовано необхідність трансформації стратегії розвитку сучасного підприємства у бік її орієнтації на дві основні складові – безперервний розвиток і створення сприятливих умов діяльності людини та екологічна безпека технологічного циклу функціонування підприємства. Доведено, що лише дотримання вимог соціальної відповідальності дозволить підприємству набути ознак економічної успішності та сформувати ефективний бренд роботодавця. Проаналізовано складові ціннісної орієнтації стратегії розвитку п'яти найбільш ефективних роботодавців світу за версією The world's best employers 2019. Сформульовано основні принципи діяльності провідних роботодавців світу у напрямі соціо-екологічного забезпечення: збалансоване використання всіх факторів виробництва; ощадливе відношення до навколишнього середовища; професійний розвиток персоналу протягом життя та орієнтація на таланти; соціальний діалог і суспільна відповідальність.

Ключові слова: підприємство, вектор розвитку діяльності, соціальна відповідальність, екологічна безпека, ефективний бренд роботодавця

Рис. – 5, Табл. – 1, Літ. – 23.

Семенихина В.В.

СОЦИО-ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО УСПЕШНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Обоснована необходимость трансформации стратегии развития современного предприятия в сторону ее ориентации на две основные составляющие – непрерывное развитие и создание благоприятных условий деятельности человека и экологическая безопасность технологического цикла функционирования предприятия. Доказано, что только соблюдение требований социальной ответственности позволит предприятию достигнуть признаков экономической успешности и сформировать эффективный бренд работодателя. Проанализированы составляющие ценностной ориентации стратегии развития пяти наиболее эффективных работодателей мира по версии The world's best employers 2019. Сформулированы основные принципы деятельности ведущих работодателей мира в направлении социо-экологического обеспечения: сбалансированное использование всех факторов производства; экономное отношение к окружающей среде; профессиональное развитие персонала в течение жизни и ориентация на таланты; социальный диалог и общественная ответственность.

Ключевые слова: предприятие, вектор развития деятельности, социальная ответственность, экологическая безопасность, эффективный бренд работодателя

Semenikhina V.

SOCIO-ECOLOGICAL VECTOR OF DEVELOPMENT OF ACTIVITY OF A MODERN SUCCESSFUL ENTERPRISE

The necessity of transforming the development strategy of a modern enterprise in the direction of its focus on two main components – the continuous development and creation of favorable conditions for human activities and the environmental safety of the technological cycle of the enterprise's functioning, is substantiated. It is proved that only compliance with the

requirements of social responsibility will allow the company to achieve signs of economic success and to form an effective employer brand. The components of the value orientation of the development strategy of the five most effective employers in the world according to The world's best employers 2019 are analyzed. The basic principles of the activities of the world's leading employers in the direction of socio-environmental support are formulated: balanced use of all factors of production; economical attitude to the environment; professional development of staff throughout life and orientation to talents; social dialogue and social responsibility.

Key words: enterprise, activity development vector, social responsibility, environmental safety, effective employer brand

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Техніко-технологічна еволюція цивілізації кардинальним чином змінила життя людини: підвищила його рівень, якість і комфортність, урізноманітнила та наповнила новими атрибутами, змістами, цілями та інструментами їх досягнення. Водночас поступово, протягом кількох останніх століть, відбувалася трансформація ціннісних орієнтацій людини з суто соціальних та суспільних, таких як можливість спілкування, сумісного відпочинку, культурного розвитку, любовання природою й спостереження за тваринами, на матеріальні, що сьогодні відіграють головну роль у житті людини та суспільства. Такий перехід супроводжувався надмірним накопиченням матеріальних благ, процеси виготовлення, експлуатації та утилізації яких суттєвим чином порушували природний баланс, погіршували екологічну обстановку та катастрофічно зменшували запаси природних ресурсів планети, що негативним чином позначилося на якості харчування, питної води та повітря, а у результаті – на здоров'ї та тривалості життя людини у сучасному світі. Запровадження дієвих заходів щодо припинення та подальшого запобігання означених тенденцій стало одним з актуальних векторів перспективного розвитку ефективного бізнес-середовища розвинених країн світу, які питання екологічної безпеки захисту довкілля та соціального забезпечення базових потреб людини визнають як першочергові. Ретельне дослідження означеного досвіду має стати основою для розробки стратегій соціо-екологічного розвитку вітчизняних підприємств та поштовхом для початку практичної реалізації означених стратегій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми, що розглядається. Соціальні та екологічні виклики обрані не лише світовими лідерами інноваційного руху в якості стратегічної мети розвитку, їх також покладено в основу досліджень провідних науковців світу. Висвітлення екологічних аспектів управління сучасним підприємством спрямовано здебільшого у бік теоретико-методологічного обґрунтування їх економічної доцільності. Так, А. Садеков сформував та визначив методико-методологічний апарат еколого-економічного управління підприємством [1]. В. Дерій надав характеристику сутності й стану та визначив напрями розвитку процедур обліку, аудиту і аналізу екологічної діяльності підприємств [2]. Д. Грицишен обґрунтував методологію еколого-економічного аналізу господарської діяльності промислових підприємств [3]. О. Латишева виокремила та надала сутнісної характеристики етапам управління екологічною складовою потенціалу розвитку промислових підприємств [4]. Л. Скляр визначив зміст, принципи та складові екологічного управління підприємством [5]. О. Феценко й Н. Камнева визначили сутність та компоненти еколого-економічної безпеки підприємства [6]. О. Прокопенко та В. Школа розробили методику оцінки відповідності екологічних технологічних підходів підприємства інтересам стейкхолдерів

ринку [7]. Г. Швиданенко, О. Криворучкіна та Д. Матукова розкрили особливості адаптації провідного світового досвіду вирішення проблем у сфері еколого-економічних аспектів управління підприємством [8].

Розкриттю соціальних аспектів у структурі технології управління підприємством також приділено достатньо уваги науковців. Так, Е. Лібанова обґрунтувала внутрішні виклики українського суспільства, одним з яких обрала соціальну нерівність [9]. А. Колот окреслив еволюцію та напрями розвитку теоретичних підходів до формування корпоративної соціальної відповідальності [10]. О. Грішнова та І. Магдич довели необхідність активізації соціальних інвестицій українських підприємств [11]. О. Новікова, М. Дейч та В. Панькова надали оцінку досягнутого стану та перспективам розвитку соціальної відповідальності в Україні [12]. І. Комарницький й З. Галушка визначили соціальну відповідальність важливим інструмент управління підприємством [13].

Водночас, не зважаючи на досить потужний теоретичний вклад науковців у справу доведення доцільності переходу суб'єктів господарювання на соціо-екологічний аспект управління, на практиці означена проблематика залишається нерозв'язаною. Саме тому існує необхідність у більш глибокому дослідженні саме практичної складової означеної тематики, що пропонується здійснити на основі вивчення провідного світового досвіду.

Отже, **метою** даного дослідження було обрано обґрунтування принципів соціо-екологічного вектору розвитку діяльності сучасного успішного підприємства.

Виклад основного матеріалу. В економічній теорії існує достатньо кількісних показників виміру результативності та ефективності діяльності підприємства, кожен з яких характеризує лише окрему складову його діяльності, той чи інший аспект функціонування на конкретний період часу. Отримати ж комплексний результат оцінки щодо реального місця підприємства у регіональній та національній економіці та прогнозу щодо перспектив його розвитку у коротко-, середньо та довготривалому періоді часу виключно за кількісними показниками досить складно. До того ж орієнтація виключно на економічні показники також не дозволить отримати повної картини щодо рівня розвитку та потенціалу підприємства, ступеня його соціальної відповідальності. Для цього мають бути використаними інші підходи до оцінки, що крім кількісних показників базуються також і на якісних індикаторах, характеристиках соціо-екологічного вектору розвитку підприємства. Одним з таких підходів є оцінка сформованого підприємством на ринку бренду роботодавця, що у загальному вигляді характеризується як «позитивний імідж та беззаперечна довіра, сприйняття підприємства як надійного партнера, відповідального роботодавця, привабливого для своєї цільової аудиторії сьогодні і у майбутньому» [14]. При цьому у результаті зростання ступеня привабливості бренду роботодавця буде відбуватися відповідні позитивні зрушення у значеннях всіх кількісних показників, що визначають ефективність управління персоналом та підприємством в цілому [15]. Отже саме виконання суб'єктами господарювання всього комплексу вимог соціальної відповідальності дозволяє досягти статусу привабливого бренду роботодавця, що виступає дієвим важелем підвищення його конкурентоспроможності на ринку та має забезпечити зростання рівня економічної результативності діяльності на перспективу.

Компанії, що досягли значних здобутків у процесі формування власного бренду роботодавця щорічно потрапляють до рейтингу The world's best employers, який на підґрунті технологій глобальних й регіональних опитувань респондентів по всьому світу й опрацюванні великої кількості рекомендацій з працевлаштування, американський журнал Forbes разом із німецьким онлайн-порталом статистики Statista складають третій

рік поспіль Топ 500 найкращих роботодавців світу у переліку Global 2000 [16]. За даними 2019 р. жодна українська компанія не увійшла до рейтингу The world's best employers 2019 list, що свідчить про недостатність приділення діловим середовищем України уваги процесам формування успішного бренду роботодавця та необхідність адаптації провідного світового досвіду, нагромадженого у цій сфері. З цією метою в роботі буде проаналізовано діяльність компаній, які у 2019 р. посіли перші п'ять місць у рейтингу роботодавців світу, табл. 1.

Таблиця 1

Перша п'ятірка компаній рейтингу The world's best employers 2019

Місце у рейтингу	Компанія	Країна	Галузь	Місце у рейтингу Top 100 Digital Companies 2019	Місце у рейтингу Top 50 World's Most Innovative Companies 2019	Місце у рейтингу Global 2000 2019
1	Alphabet	США	Комп'ютерні послуги	4	1	17
2	Microsoft	США	Програмне забезпечення та програмування	2	4	16
3	Red Hat	США	Програмне забезпечення та програмування	48	24 за даними рейтингу 2018 р.	1464
4	Apple	США	Комп'ютерна техніка	1	3	6
5	SAP	Німеччина	Програмне забезпечення та програмування	22	28	176

Джерело: побудовано автором за даними [16; 17]

Всі п'ять компаній, що потрапили в 2019 р. до Топ 5 The world's best employers 2019, відносяться до різних сфер однієї галузі – цифрової індустрії, що красномовно свідчить про вектор розвитку сучасного світового ділового середовища, що вже остаточно намітився й сформувався. До того ж всі компанії потрапили у 2019 р. до Топ 50 Digital Companies 2019, що свідчить про їх потужний технологічний рівень та високу конкурентоспроможність на сучасному світовому ринку цифрових технологій. У комплексі це дозволило трьом (Alphabet, Apple та Microsoft) з п'яти компаній увійти до Топ 4 World's Most Innovative Companies, що характеризує їх як визнаних найбільших інноваторів світу. Саме тому детальне дослідження векторів соціально-екологічного розвитку означених компаній має надати можливість встановити узагальнені принципи ефективного соціально відповідального напряму функціонування сучасного підприємства, які у подальшому мають бути адаптованими та найшвидше імplementованими в діяльність українських суб'єктів господарювання.

За вихідну інформаційну базу дослідження було прийнято дані, наведені на офіційних сайтах кожної з п'яти компаній-лідерів рейтингу The world's best employers 2019. Узагальнення та опрацювання означеної інформації дозволило зробити такі висновки у контексті нашого дослідження.

Американську компанію Alphabet Inc. було створено у жовтні 2015 р. як материнську холдингову компанію, що об'єднала кілька дочірніх компаній, таких як Google, Calico, CapitalG, Chronicle, DeepMind, Google Fiber, GV, Jigsaw та інші [18]. Місією Alphabet Inc. стало розширення можливостей людини за рахунок більш розумного використання даних. До того ж метою діяльності нової компанії було обрано розв'язання за допомогою новітніх технологій надскладних задач, що постійно з'являються в житті сучасної людини. З цією метою Alphabet Inc. цілеспрямовано веде

відбір спеціалізованих компаній, які купує та інвестує кошти у їх технологічний розвиток. Детальний аналіз останнього квартального звіту, оприлюдненого на сайті компанії дозволив сформулювати основні вектори діяльності холдингу в руслі соціо-екологічного напрямку (рис. 1).

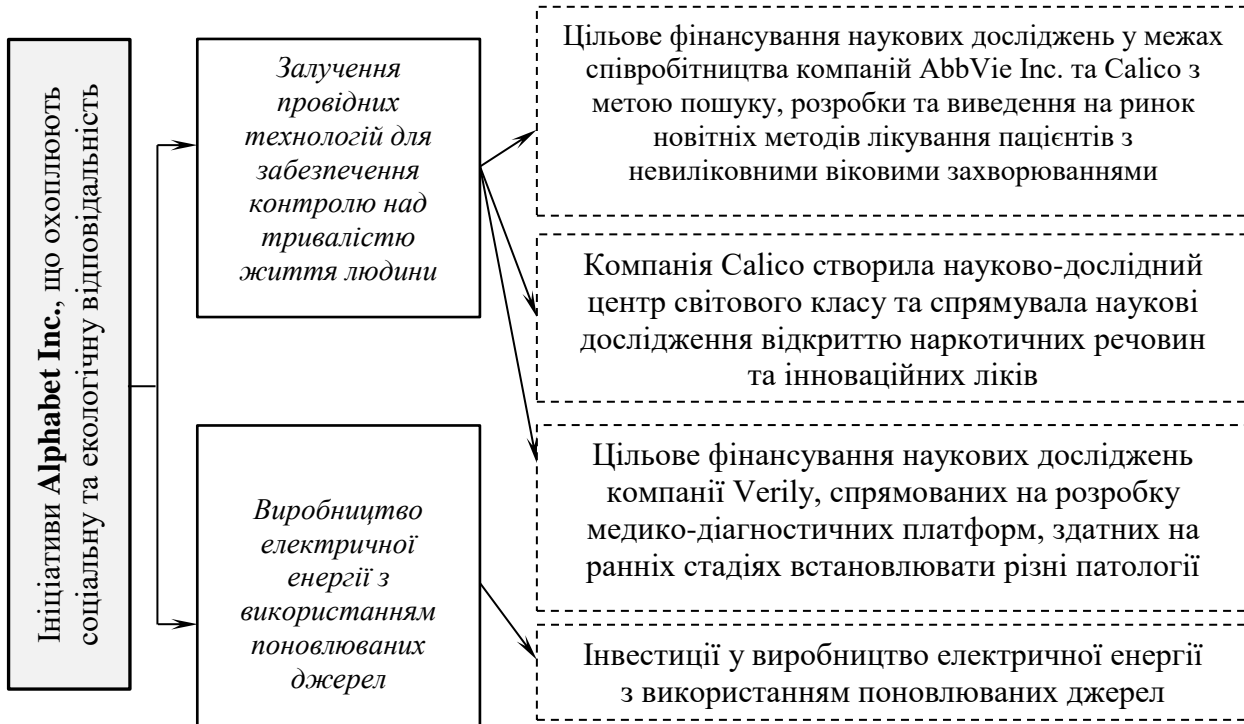


Рисунок 1 – Соціо-екологічні орієнтири діяльності компанії Alphabet Inc.

Джерело: побудовано автором за даними [19]

Отже можна стверджувати, що основний вектор соціальної відповідальності компанії Alphabet Inc. спрямований на забезпечення здорового, повноцінного та довгого життя людині й виробництво електричної енергії з використанням поновлюваних джерел.

Транснаціональна корпорація Microsoft Corporation була заснована у жовтні 1976 р., штаб-квартира якої знаходиться у американському м. Реймонд. Місія компанії – надання можливостей кожній людині та кожній організації на планеті для досягнення більшого. Цільовим орієнтиром бізнес-культури компанії є неперервний процес залучення молодих професіоналів до розробки програмних продуктів, з метою реалізації якого Microsoft щорічно здійснює значні обсяги інвестицій у пошук, залучення та розвиток талантів. Процес пошуку й утримання талантів характеризується широкомасштабністю та включає активну роботу з випускниками шкіл, та, у першу чергу, з особами жіночої статі та представниками національних меншин; залучення колишніх та теперішніх програмістів до прийняття управлінських рішень; надання вільного графіку роботи та широкого спектру соціальних послуг працівникам тощо [20]. Компанія чітко позиціонує високу пряму залежність між фінансово-економічною успішністю свого бізнесу та здатністю залучати та утримувати талановитих працівників. Саме тому пріоритетом для компанії є фізичне, емоційне та фінансове благополуччя працівників та членів їх родин.

Компанія генерує та реалізовує широкий спектр ініціатив за напрямом соціо-екологічного вектору розвитку (рис. 2).

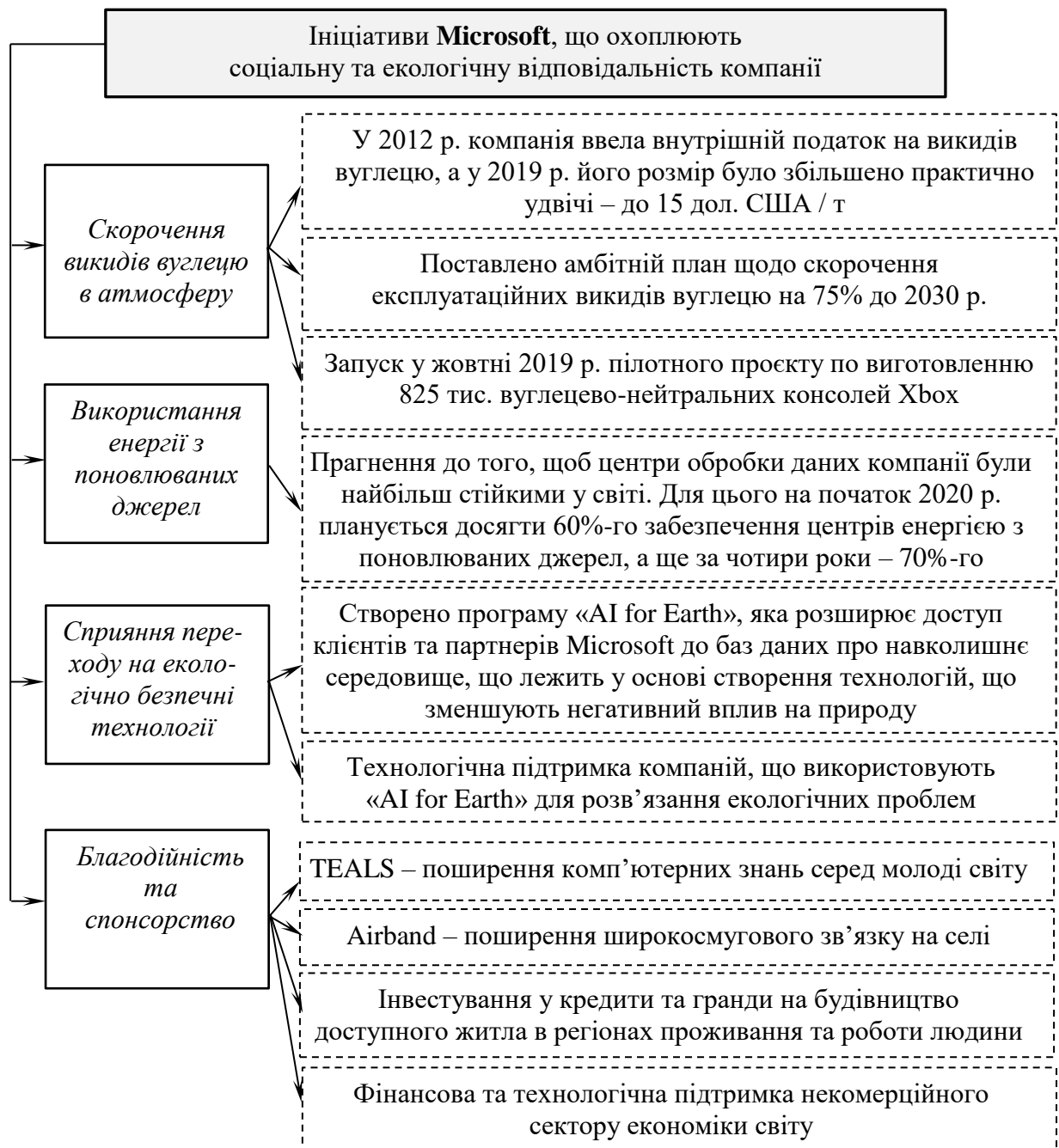


Рисунок 2 – Соціо-екологічні орієнтири діяльності компанії Microsoft

Джерело: побудовано автором за даними [20]

Одним з напрямів реалізації соціально відповідальної поведінки перед суспільством Microsoft обрав розширення можливостей щодо «досягнення більшого для всіх учнів на планеті», що намагається реалізувати через створення продуктів для успішного опанування знаннями, що мотивують дитину до навчання і творчості; запровадження безкоштовних онлайн-курсів і заходів професійного розвитку для

вчителів навчальних закладів різних рівнів; розробку для вчителя інструментів ефективного управління аудиторним часом; створення технологій управління навчальним закладом, що забезпечують повну конфіденційність інформації [20].

Microsoft визначає таке гасло своєї діяльності – людина має знати сьогоденні технології, щоб бути максимально готовою до майбутнього. При цьому, щоб найбільш повно задовольнити потреби людини, в компанії запроваджено технологію «One Microsoft», яка заснована на швидкій реалізації підсвідомих потреб клієнта, які визначаються шляхом здійснення низки професійних прийомів співробітників.

Компанія Red Hat існувала протягом 1995-2019 рр. та була поглинута корпорацією IBM. Місією компанії є створення програмного забезпечення з відкритим кодом, яке має продовжити розкривати потенціал всього світу та створення кращої основи для майбутнього ІТ. Основні ініціативи, що охоплюють соціальну та екологічну відповідальність компанії наведено на рис. 3.



Рисунок 3 – Соціо-екологічні орієнтири діяльності компанії Red Hat
Джерело: побудовано автором за даними [21]

Компанія Red Hat вектором свого професійного розвитку обрала забезпечення всіх учасників ринкових відносин технологіями, що дозволить їм успішно адаптуватися, розв'язати наявні проблеми, що також є складовою її соціальної відповідальності перед суспільством.

Корпорація Apple поставила за мету досягти виробництва продукту без видобутку будь-яких нових копалин із землі. Для того, щоб реалізувати цю амбітну мету фахівці компанії безперервно розробляють нові інноваційні технології повторної переробки матеріалів дотримуючись при цьому жорстких вимог екологічної безпеки та безпеки для здоров'я людини. Місія компанії – виробляти найкращі продукти у світі, залишаючи при планету цьому у кращому стані (рис. 4).

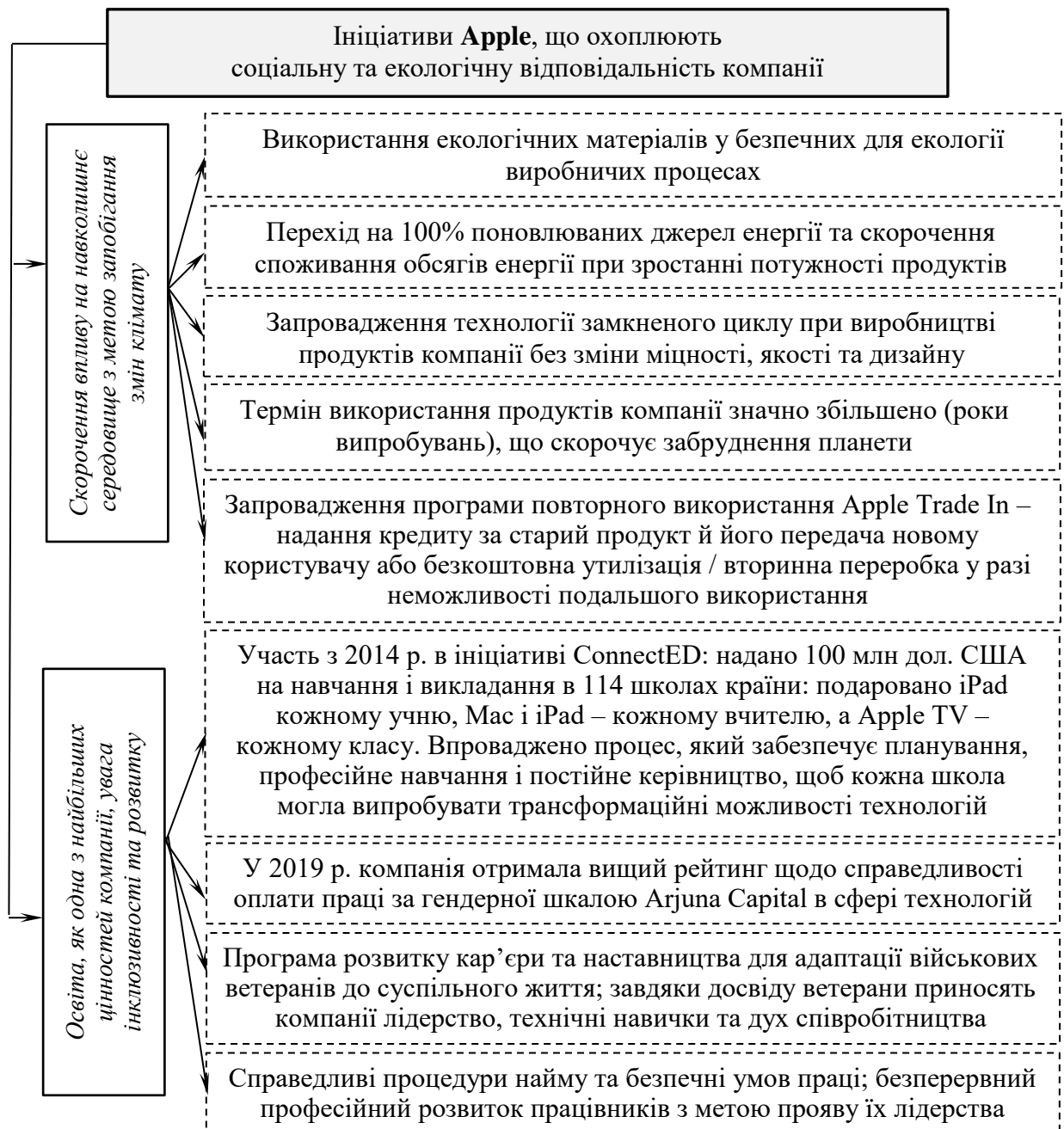


Рисунок 4 – Соціо-екологічні орієнтири діяльності компанії Apple

Джерело: побудовано автором за даними [22]

Продукти компанії Apple спрямовані на всебічне покращення життя людини – полегшують їй переводять у площину гри процеси навчання, отримання професійних знань та подальшого професійного розвитку; допомагають вчасно встановити проблеми із здоров'ям, обрати найбільш ефективні технології лікування та реабілітації, забезпечити візуалізацію та безпечно збереження динамічних даних про стан здоров'я, надати всебічну й доступну медичну інформацію, значно підвищити рівень наукових досліджень у медичній сфері; забезпечують стовідсоткову конфіденційність особистої й професійної інформації й даних, безпеку й зручність у користуванні продуктами та технологіями компанії; забезпечують потужними інструментами досягнення успіху у будь-якій сфері бізнесу через запровадження суттєвих змін в кожному галузь, одночасно стимулюючи перехід на ресурсозбережний та екологічно чистий вид діяльності.

Метою діяльності німецької компанії SAP є допомога світу стати кращим й покращення життя людини. Коли у клієнтів з'являється важлива суспільна ідея розв'язання світових проблем, така як врятувати види, технологічно перетворити індустрію, нагодувати голодних, підтримати рівність або забезпечити допомогу по всьому світу тощо, фахівці компанії розробляють необхідну технологію, яка допоможе працювати з максимальною віддачею і досягти своєї мети [23]. Ці технології допомагають отримувати інформацію у реальному часі, долати перепони та приймати кращі управлінські рішення, щоб цікаві ідеї почали покращувати життя людини раніше. Основні ініціативи, що охоплюють соціальну та екологічну відповідальність компанії наведено на рис. 5.

Особливістю соціально відповідальної поведінки компанії SAP є не концентрація уваги на певних проблемах планети, а прагнення до розв'язання одночасно всіх проблем людства за допомогою цифрових технологій, провідних фахових знань та лідерських навичок фахівців. З цією метою компанія розширює клієнтську мережу, віддаючи перевагу компаніям, що розв'язують конкретну соціальну або екологічну проблему.

Проведене дослідження особливостей діяльності п'яти найкращих роботодавців світу за версією The world's best employers 19 дозволило продемонструвати лише найбільш яскраві приклади соціо-екологічних векторів розвитку, при тому, що соціальна й екологічна відповідальність є значно глибшою, більш різноманітною та апріорі покладеною в основу філософії існування кожної з досліджуваних компаній. У чистому вигляді адаптувати означений досвід в сучасних українських реаліях неможливо, проте доцільним є узагальнення принципів соціо-екологічного вектору розвитку світових лідерів, поступове прийняття яких українськими підприємствами в якості керівних й основоположних дозволить створити передумови для побудови власного соціально-відповідального ділового середовища. У цьому контексті доцільним є виокремлення таких основних принципів успішної діяльності підприємства у напрямі соціо-екологічного забезпечення:

1. *Ощадливе відношення до навколишнього середовища* – стратегічний перехід на раціональне використання природних ресурсів, заснований на запровадженні інноваційних технологій вторинного використання відходів, замкненого циклу водокористування, переведенні виробництва на відновлювальні джерела енергії та запобіганні всіх видів шкідливих викидів у зовнішнє середовище, пов'язаних із виробничо-господарською діяльністю підприємства. Цільова орієнтація діяльності на мінімізацію негативного впливу на планету при максимізації корисної допомоги при її врятуванні від забруднення, зникнення багатьох біологічних видів, наслідків техногенних катастроф.



Рисунок 5 – Соціо-екологічні орієнтири діяльності компанії SAP

Джерело: побудовано автором за даними [23]

2. *Збалансоване використання всіх факторів виробництва* – соціально відповідальна політика діяльності підприємства має бути заснованою на раціональному використанні всіх виробничих ресурсів, у тому числі й людських, що ґрунтується на прийнятті паритетних управлінських рішень, які за управлінською решіткою Р. Блейка та Дж.С. Моутон відповідають діагональним позиціям у діапазоні 5.5-10.10 та дозволить створити сприятливі умови для гармонійного розвитку всіх складових діяльності підприємства.

3. *Професійний розвиток персоналу протягом життя та орієнтація на таланти* – запровадження на підприємстві диференційованої безперервної системи професійного навчання, стажування та підвищення кваліфікації всіх категорій персоналу та створення сприятливого середовища для залучення ззовні й розвитку всередині талантів, що дозволить сформувати підприємству у перспективі конкурентоспроможні позиції на регіональному, національному та міжнародному рівнях. Людиноцентристській підхід має бути побудованим на принципах забезпечення рівного доступу до суспільних благ всім людям регіону, країни та планети, надання можливостей до розкриття лідерських якостей та талантів.

4. *Соціальний діалог і суспільна відповідальність* – запровадження дієвої системи конструктивної взаємодії підприємства з регіональними органами влади та місцевою громадою, на території якої воно розташовано, у основу чого покладено його активну участь у суспільному житті та розв'язанні найбільш гострих соціально-економічних та екологічних проблем території. Благодійна, волонтерська та спонсорська діяльність мають стати основою забезпечення фінансово-економічної стабільності та прогресу підприємству.

Висновки. Реалії сучасного життя накладають певні вимоги на діяльність суб'єктів господарювання, додають соціо-екологічних характеристик стилю та змісту його управління. Так, сьогодні успішні підприємства розвинених країн світу під час реалізації прагнення стати економічно ефективними одночасно на добровільній основі беруть на себе виконання принципів соціальної корпоративної відповідальності, а саме в частині дотримання норм екологічної безпеки та створення сприятливих умов для соціального забезпечення потреб людини. Адаптація означеного підходу до умов функціонування українських підприємств дозволить закласти фундамент стабілізації регіональної та національної економіки й стане поштовхом для перспективного соціально-економічного розвитку країни. Саме тому подальші дослідження мають бути спрямованими на розробку механізму адаптації провідного світового досвіду, нагромадженого у сфері соціо-екологічного аспекту управління підприємства, до умов функціонування українських підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Садеков А.А. Механизмы эколого-экономического управления предприятием: монография. Донецк: ДонГУЭТ им. Туган-Барановского, 2002. 311 с.
2. Дерій В.А. Облік, аудит і аналіз екологічної діяльності підприємств: поняття, стан та напрямки розвитку. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 19. №2. С. 193-200.
3. Грицишен Д.О. Теоретико-методологічна конструкція еколого-економічного аналізу господарської діяльності промислових підприємств. *Вісник ЖДТУ*. 2015. №3 (73). С. 134-143.
4. Латишева О.В. Етапи управління екологічною складовою потенціалу сталого розвитку машинобудівних підприємств. *Економічний вісник Донбасу*. 2016. №3 (45). С. 218-224.

5. Скляр Л.Б. Діагностика як складова екологічного управління підприємством. *Інноваційна економіка*. 2014. №4 (53). С. 318-323.
6. Феценко О.Л., Камнева Н.В. Теоретичні засади визначення поняття еколого-економічної безпеки підприємства. *Університетські наукові записки*. 2017. №61. С. 223-231.
7. Прокопенко О.В., Школа В.Ю. Управління еколого-економічною безпекою підприємства на засадах екомаркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С.337-346.
8. Швиданенко Г.О., Криворучкіна О.В., Матукова Д.Г. Розвиток підприємства на еколого-економічних засадах: монографія. Київ: КНЕУ, 2017. 184 с.
9. Лібанова Е.М. Надмірна соціально неприйнятна нерівність: головний виклик для українського суспільства. *Вісник Національної академії наук України*. 2017. №5. С. 22-25.
10. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. №4. С. 5-26.
11. Грішнова О.А., Магдич І.П. Економічна доцільність та пріоритетні напрями активізації соціальних інвестицій підприємств. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2016. Вип. 5. С. 13-18.
12. Новікова О.Ф., Дейч М.Є., Панькова В.О. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія. Донецьк, 2013. 295с.
13. Комарницький І.Ф., Галушка З.І. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством. *Економічні науки*. 2010. Вип. 6. С. 63-73.
14. Захарова О.В. Привабливий бренд роботодавця: умови створення та інструменти оцінки. *Україна: аспекти праці*. 2015. №4. С. 18-23.
15. Захарова О.В. Діагностика внутрішньої складової привабливості бренду роботодавця. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. *Зб. наук. праць. Київ: ДВНЗ «Київський національний економічний ун-т ім. В. Гетьмана»*. 2015. №2 (10). С. 62-70.
16. The world's best employers 2019 list. URL: <https://www.forbes.com/lists/worlds-best-employers/#6e1435be1e0c>.
17. Innovation in 2019. The Most Innovative Companies 2019. URL: <https://www.bcg.com/publications/2019/most-innovative-companies-innovation.aspx>.
18. Alphabet. URL: <https://abc.xyz/>.
19. Alphabet Inc. Quarterly report. FORM 10-Q. For the Quarterly Period Ended March 31, 2019. URL: https://abc.xyz/investor/static/pdf/20190429_alphabet_10Q.pdf?cache=7afe0eb.
20. Microsoft. URL: <https://www.microsoft.com/>.
21. Red Hat. URL: <https://www.redhat.com/>.
22. Apple. URL: <https://www.apple.com/>.
23. SAP. URL: <https://www.sap.com/>.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.19

УДК 658

Гладкова А.О., аспірантка ДонНУ імені Василя Стуса, керівник відділу управління торговим простором в сфері FMCG компанії «Мережа-Сервіс Львів»

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

У статті проаналізовані підходи науковців до визначення сутності стратегічного управління підприємством, розглянуті еволюція та розвиток управлінських концепцій, проаналізована послідовність етапів стратегічного управління підприємством, що є актуальними питаннями сьогодення. В результаті дослідження виявлений новий етап розвитку управлінських концепцій – стратегічний розвиток підприємства, який базується на успішному стратегічному управлінні і дозволяє вивести інноваційний продукт на ринок, забезпечивши лідерство за собою в умовах глобальної конкуренції, або створити нову ринкову нішу, галузь, тощо. Відповідно до нового етапу була створена концептуальна модель стратегічного розвитку підприємства, яка допоможе отримати результати в умовах глобальної конкуренції.

Ключові слова: стратегічне управління підприємством, стратегічний розвиток підприємства, концептуальна модель, модель стратегічного управління, глобальна конкуренція.

Рис. – 7, Таб. – 2, Літ. – 22.

Гладкова А.О.,

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

В статье проанализированы подходы ученых к определению сущности стратегического управления, рассмотрены эволюция и развитие управленческих концепций, проанализирована последовательность этапов стратегического управления предприятием, что является актуальным вопросам современности. В результате исследования выявлен новый этап развития управленческих концепций - стратегическое развитие предприятия, основанный на успешном стратегическом управлении и позволяет вывести инновационный продукт на рынок, обеспечив лидерство за собой в условиях глобальной конкуренции, или создать новую рыночную нишу, отрасль, и тому подобное. Согласно новому этапу была создана концептуальная модель стратегического развития предприятия, которая поможет получить результаты в условиях глобальной конкуренции.

Ключевые слова: стратегическое управление предприятием, стратегическое развитие предприятия, концептуальная модель, модель стратегического управления, глобальная конкуренция.

Hladkova A.

ENTREPRENEURSHIP STRATEGIC DEVELOPMENT UNDER GLOBAL COMPETITION

The article analyzes the approaches of scientists to determining the essence of strategic enterprise management, examines the evolution and development of management concepts, analyzes the sequence of stages of strategic enterprise management, which are current issues of today. The research revealed a new stage in the development of managerial concepts - strategic development of the company, which is based on successful strategic management and allows

you to bring an innovative product to the market, providing leadership in the conditions of global competition, or to create a new market niche, industry, etc. According to a new stage, a conceptual model of strategic development of the enterprise was created, which will help to get results in the conditions of global competition.

Key words: strategic enterprise management, strategic enterprise development, conceptual model, strategic management model, global competition.

Постановка проблеми. Перенасичення ринку сьогодні вимагає встановлення лімітів щодо випуску продукції чи надання послуг, глобальна конкуренція постійно кидає виклики підприємцям та їх підприємствам, клієнти та покупці стають все більш вимогливими, задоволення потреб споживачів вже не є легким завданням, а стає все більше стратегічним явищем для суб'єктів господарювання. Тому виживання, функціонування та розвиток на ринку сьогодні та в майбутньому потребує стратегічного мислення, бачення, дій та управління. Створення необхідних для суспільства інноваційних продуктів, нових ніш на ринку, галузей в економіці призведе до виходу з глобальної конкуренції на певний час, що дозволить бути унікальним на ринку та забезпечить вирішення проблеми функціонування підприємства в довгостроковій перспективі. Така ситуація зумовлює розробку нових організаційно-економічних моделей та механізмів ефективного функціонування та розвитку підприємства для поліпшення позицій в майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-прикладні питання розвитку управлінських концепцій знайшли свої відображення в дослідженнях зарубіжних вчених: Ф.Тейлора, А. Файоля, П. Друкера, А.Чандлера, Г. Мінцберга, Р. Вуда, К. Чана, М.Ейрінга та Л. Гібсона. Різноманітні теоретичні та методологічні проблеми стратегічного управління підприємством знайшли своє висвітлення у дослідженнях як зарубіжних вчених-економістів, так і вітчизняних: А.Роуз, Д.Шендел, К.Хаттен, Г.Джонсон, К.Скулз, Дж.Пірс, Р.Робінсон, У.Глук, Л.Джаух, А. Томпсон, А. Стрікленд, А.Зуб, І.Ансофф, В.Просалова, Є.Смольянінова, Р.Бруханський, Є.М. Белий, І.Б. Романова, О.С. Віханський. Однак, залишаються недослідженими та потребують подальшого вивчення питання щодо теоретичних, практичних та методичних аспектів стратегічного розвитку підприємства

Мета дослідження - створення концептуальної моделі стратегічного розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу. Стратегічне управління та розвиток підприємства сьогодні є складною системою поєднання різного роду чинників, факторів, принципів, критеріїв та ін., що передбачає не простий набір правил, та незв'язаних установ, що робити і куди йти, а насамперед творче мислення ТОП-менеджменту та наукові дослідження, які складаються в єдину картину. Це пояснюється тим, що прийняття стратегічного рішення пов'язане з поведінкою людей, як індивідуально, так і у великій кількості. Розширення горизонтів, завоювання нових ринків, вміле та досконале аналізування поточних даних підприємства та загальне, системне бачення керівництвом збільшує можливості стратегічного розвитку підприємства в умовах глобальної конкуренції.

Формування тільки однієї стратегії залишилося в минулому. Трансформація бізнесу, економіки, середовища, призвели до розвитку управлінських концепцій. Зміни в управлінні підприємством в часовому просторі відображені в табл. 1.

Таблиця 1

Еволюція та розвиток управлінських концепцій

Відкритість підприємства	Закрита система, зважати на зовнішнє середовище не було потреби	впровадження відкритої системи
Мета підприємства	Поточна прибутковість	Поточна та майбутня прибутковість
Акцент в управлінні	стабільність	передбачення
Основа управління	контроль відхилень, складання бюджету	передбачення зростання можливостей, планування від досягнутого рівня до зростання
Строк планів	короткостроковість планів (до року)	Дострокова перспектива 5-10 років
Процес	циклічний	циклічний
Реакція підприємства	повільні реакції підприємства	повільні реакції підприємства
Припущення	минуле повторюється	тенденції зберігаються - екстраполяційне планування
Ринок	ненасичений	ненасичений, швидко розвивається
Вагомий внесок науковцями	Ф.Тейлор «Принципи наукового управління» 1911р., А. Файоль «Загальне і промислове управління» 1916р.	П. Друкер «Практика менеджменту» 1954р., Ф. Селзнік «Керівництво в адміністрації: Соціологічна інтерпретація» 1957р.,
Характеристика управлінських концепцій	Початковий етап, управління на основі контролю за виконанням, за відхиленнями факту від плану; розробка бюджету і поточного плану;	Управління "від досягнутого" з елементами передбачення майбутнього; концепція управління цілями; створення організаційних структур індивідуально під окремий проєкт, нові методи з використанням ЕОМ, застосування математичних методів прийняття оптимальних рішень; створення концепції маркетингу; початок застосування процесного управління, початок застосування наук про поведінку (теорії мотивації)
Найменування концепції	Поточне планування та бюджетування. Адміністративне управління	Довгострокове планування
Етапи розвитку	Кінець XIX ст. -50-ті роки XX ст.	1950 - 1960 рр
№	1	2

Продовження таблиці 1

3	1960 - 1990 рр	Стратегічне планування	Аналіз зовнішнього середовища і визначення стратегічних цілей, поява "стратегічного мислення", поглиблене дослідження ринку, споживачів та конкурентів	А. Чандлер «Стратегія і структура: Глави з історії американських промислових підприємств». Г. Кан - заснування Хадсонівського інституту, що спеціалізувався на дослідженні...	Дострокова перспектива, к-ть років залежить від цілей	циклічний	повільні реакції підприємства	нові явища, слабка передбачуваність	насичений, непередбачуваний, світова економічна нестабільність	зміна стратегічних орієнтирів: відхід від екстраполяції, рух від майбутнього (від цілей) до сучасного	дослідження	завоювання конкурентних переваг, отримання прибутків у майбутньому.	"відкрита система" вже домінує над внутрішньою спрямованістю управління
4	1990-2000 рр	Стратегічне управління (стратегічний менеджмент)	Розуміння однакової уваги як до стратегічних, так і до поточних проблем; концентрація управління на досягненні цілей, а не на процесі планування; застосування ситуаційного підходу; широке впровадження наукових методів обґрунтування рішень та впровадження технічних засобів і інформаційних систем для	Г. Мінцберг «П'ять П стратегій», Дж. Б. Куїнн «Стратегія змін», Р. Вуд «Стратегічне управління для організації, що адаптується - FutureStep»	від сьогодні до довгострокових планів	реальний час	швидкі реакції підприємства	мінімальна передбачуваність	перенасичений	облік розвитку ринку та зовнішнього середовища	творчість	реалізацію стратегічних планів, як одне ціле	Повністю відкрита система
5	2000 р. - наші часи	Стратегічний розвиток підприємства	Створення унікального товару чи послуги, заповнення ніші, яка є пустою. Пошук унікальності, неповторності підприємства, що забезпечить йому безперечне виживання та позиціонування в умовах жорсткого конкурентного тиску. Акцент на інноваціях та конкуренції за майбутнє. Продуктивною силою стають людські ресурси з накопиченими знаннями, досвідом, здібностями та талантами.	Кім Чан «Стратегія блакитного океану» 2004р., С. Д. Ентоні, М.Ейрінг та Л. Гібсон «План інноваційної гри» 2006р.	від сьогодні до довгострокових планів	реальний час	швидкі реакції підприємства	часткова передбачуваність	перенасичений	Підтримка креативності та проявлення творчості людини всередині компанії, розвиток індивідуальності робітника, інвестиції в знання. Глибокий аналіз потреб споживача. Формування стратегічного	інновація	Створення ринку за рахунок формування нових потреб у споживачів.	Повністю відкрита система

Джерело: розроблено автором на основі [1-7].

На сьогоднішній день в науковій літературі поняття «стратегічне управління» займає головну роль в цілому менеджменті, але на нашу думку це вже не є останнім етапом управлінських концепцій. Варто визначити наступний етап з 2000-х років – стратегічний розвиток підприємства, що є наслідком успішного стратегічного управління підприємства (рис. 1).



Рисунок 1 - Еволюція концепцій управління підприємством

Розглянемо поняття стратегічного управління підприємством за дослідженням різних вчених, що є основною концепцією управління на сьогодні (рис. 2).

Науковці	Основна ідея	Визначення
А.Роуз, В.Г. Герасимчук, М.М. Смірнов, Т.В. Гавриленко, Д.Шендел, К.Хаттен, Г.Джонсон, К.Скулз	<i>Процес</i>	процес прийняття рішень, який об'єднує внутрішні організаційні можливості з загрозами і сприятливими можливостями, що надаються зовнішнім середовищем
Дж.Пірс, Р.Робінсон, У.Глук, Л.Джаух, А.А. Томпсон, А.Дж. Стрікленд	<i>Набір рішень та дій для досягнення мети</i>	комплекс завдань, досягнення яких допомагає підприємству утримувати свої позиції на ринку у довгостроковій перспективі та виконувати мету
А.Т. Зуб, І.Ансофф, В.С. Просалова, С.Н. Смольянінова, Р.Ф. Бруханський	<i>Комплексна діяльність</i>	управлінська діяльність, пов'язана з постановкою довгострокової мети та завдань підприємства, з підтриманням взаємовідносин між підприємством та оточенням, які допомагають йому досягти своєї мети, відповідають його внутрішнім можливостям та дозволяють залишатися сприйнятливим до зовнішніх вимог
Є.М. Бєлий, І.Б. Романова, О.С. Віханський	<i>Управління, яке стирається на людський потенціал</i>	програмний спосіб мислення й управління, що забезпечує узгодження мети, можливостей організації й інтересів працівників, орієнтує виробничу діяльність на потреби споживачів, гнучко реагує і проводить своєчасні зміни в організації, що в сукупності дає можливість організації виживати в довготерміновій перспективі, досягаючи при цьому своїх цілей

Рисунок 2 - Сутність поняття «стратегічне управління підприємства»

Джерело: розроблено автором на основі [8-17].

Отже, авторське визначення стратегічного управління підприємством можна сформулювати наступним чином - це процес реалізації управлінських рішень, який враховує людський потенціал, ґрунтується на обраній стратегії підприємства, при якому гнучко реагує і проводить своєчасні зміни TOP-менеджмент компанії під час впливу зовнішніх та внутрішніх факторів і в результаті забезпечує стабільне функціонування підприємства в довгостроковій перспективі і досягнення поставлених цілей.

Стратегічний розвиток підприємства має певні відмінності від поняття стратегічного управління підприємством, а саме – це процес управління сукупностями змін в діяльності підприємства, який спирається на людський потенціал як основу організації та призводить до утворення нових кількісних та якісних перетворень, що здатні забезпечити ефективне функціонування підприємства у довгостроковій перспективі в умовах глобальної конкуренції.

Сьогодні ринок настільки перенасичений, що будь-якому підприємству дуже важко конкурувати та надати свої послуги або товари клієнту, навіть якщо вони дуже якісні і за низькими цінами. В останні роки ми спостерігаємо бурхливий розвиток на світовому ринку таких компаній, як Microsoft, Apple, Amazon, Facebook, Wix, Google, IBM, Johnson & Johnson, Nike та інші. Всі ці компанії об'єднує те, що вони є унікальними, які в певний період часу створили та винайшли те, чого потребувало суспільство. Вони знайшли або побудували нішу, яка подарувала їм спочатку монополію, а згодом перевагу на конкуруючому ринку завдяки унікальності та успішному стратегічному управлінні. Історія і аналіз управління даних компаній показує, що стратегічне управління, як фундамент, лежить в основі керування, але компанії вже пішли далі, роблячи акценти на дослідження, інновації, розробки, всіляку підтримку індивідуальності та особистості своїх працівників, знаходження креативних ідей, що зумовлює стратегічний розвиток підприємства та забезпечує конкурентні переваги у майбутньому.

Загальне бачення всієї картини, функціонування підприємства притаманне не всім людям. Не враховуючи один елемент системи можна понести збитки чи відмову функціонування підприємства. Загальної системи управління та розвитку підприємства на сьогоднішній день серед науковців та практиків визначено не було. Більшість наукових діячів просто виокремлюють фактори та етапи стратегічного управління на шляху до розвитку підприємства, не пов'язуючи їх в єдину систему. В таблиці 2 зазначений зведений аналіз поглядів науковців щодо послідовності етапів стратегічного управління підприємством, на рис.3 – наочне відображення даного аналізу.

Таблиця 2

Погляди науковців щодо послідовності етапів стратегічного управління підприємством

№	Етап	М. Мескон	О. Віханський	С. Попов	Г. Мінцберг	Д.Томпсон	Ф. Девід	І. Ансофф	З. Шершньова
1	Концепція								1
2	Вибір місії підприємства	1	2	3		1	1		1
3	Формулювання цілей підприємства	2	2	3		1	1	3	3
4	Аналіз зовнішнього середовища	3	1	1	4	1	1	1	2
5	Аналіз внутрішнього середовища	4	1	2		1	1	2	2
6	Аналіз стратегічних альтернатив	5		4	3	1	1	4	

Продовження таблиці 2

7	Вибір стратегії	6	3	5		2	1	5	3
8	Процес планування				1				4
9	Стратегічні ідеї				2				
10	Реалізація стратегії	7	4	6		3	2	6	5
11	Контроль реалізації стратегічного плану	8	5			4	3		5
12	Оцінка стратегії	9	5	7		4	3		5

Виходячи з таблиці 2 та рис. 3 можна побачити, що всі науковці виокремлюють майже однакові етапи стратегічного управління, але виконання їх послідовності може бути різним.

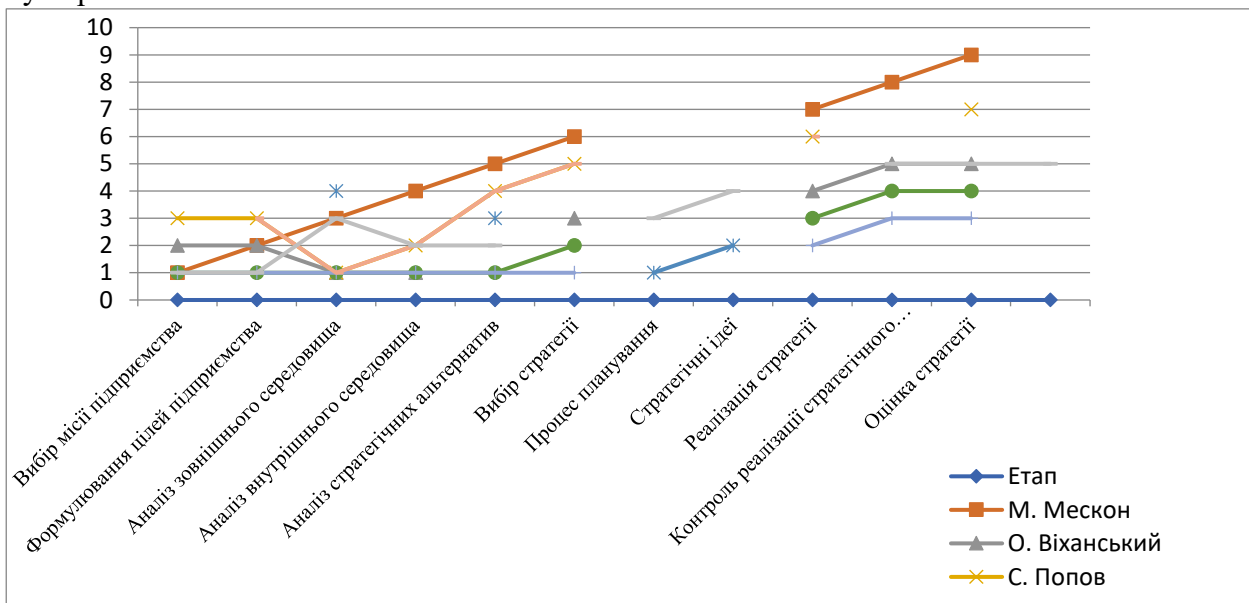


Рисунок 3 - Візуалізація поглядів науковців щодо послідовності етапів стратегічного управління підприємством

Наприклад, Д.Томпсон та Ф. Девід такі етапи, як «вибір місця підприємства», «формулювання цілей підприємства», «аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища», «аналіз стратегічних альтернатив», об'єднують в один етап під назвою «Стратегічний аналіз». О. Віханський, І. Ансофф, С. Попов вважають, що спочатку має бути проведений аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, а вже потім формуватися загальні цілі компанії. Майже всі впевнені, що після вибору стратегії необхідно провести реалізацію тієї самої стратегії, контроль і її оцінку.

Слід також відзначити, при відсутності загальної системи і розуміння стратегічного розвитку підприємства, науковці все ж таки упорядковують всі свої етапи і визначають їх послідовність, що дає можливість зробити модельну побудову. В процесі складного розвитку теорія стратегічного менеджменту розробила багато різних моделей стратегічного управління. Найбільшого поширення набули моделі Ф.Р. Девіда, Д.Л. Томпсона, Р. Лінча та П. Лоранж [18-22]. Серед вітчизняних учених, що займаються моделями стратегічного управління, слід виділити В. Єфремова, З. Шершньову і С. Оборську.

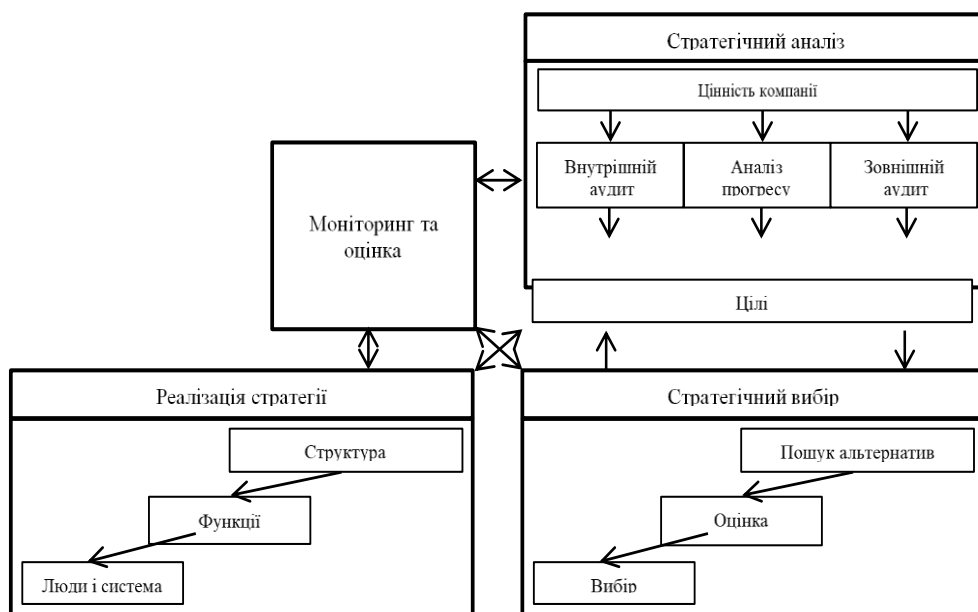


Рисунок 4 - Модель стратегічного управління Д.Л. Томпсона [18]

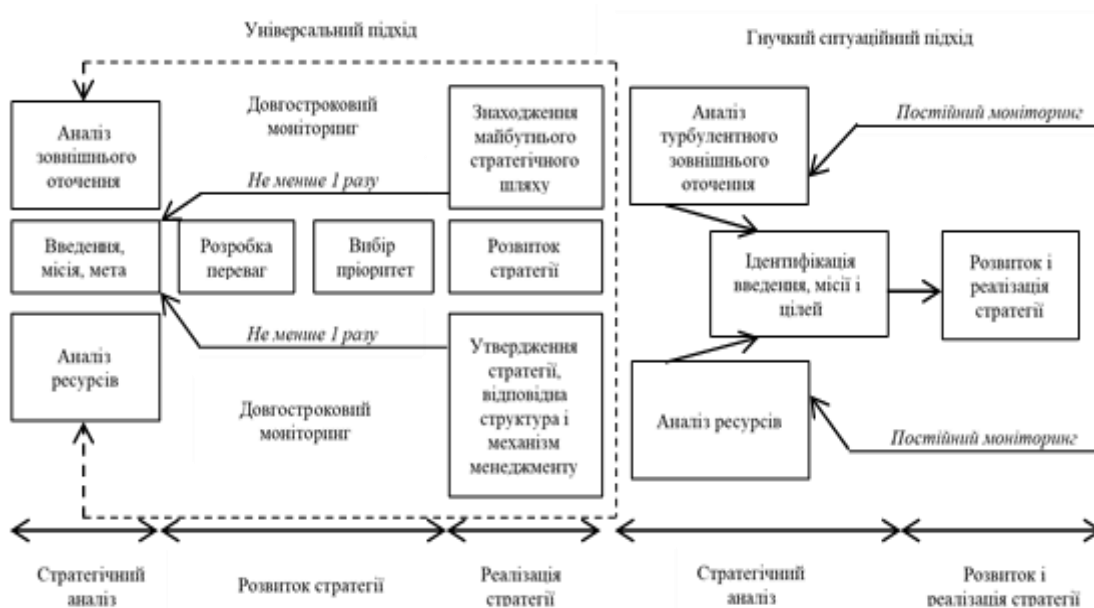


Рисунок 5 - Модель стратегічного управління Р. Лінча [20]

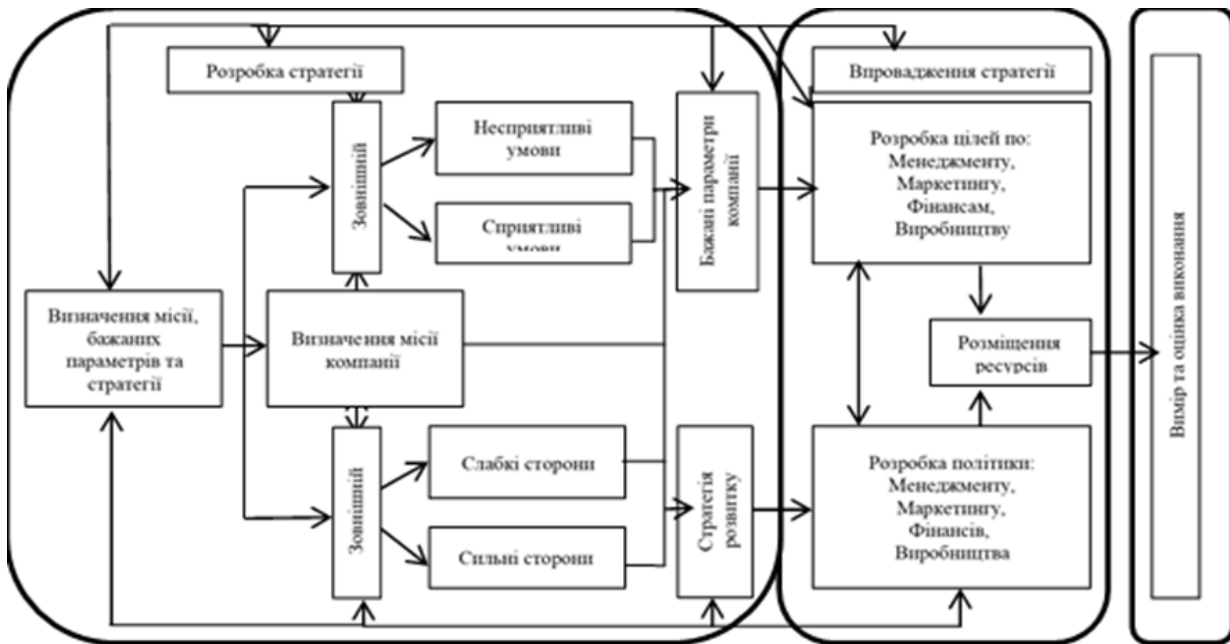


Рисунок 6 - Модель стратегічного управління Ф. Девіда [22]

Всі запропоновані моделі розглядаються в рамках моделі стратегічного управління, але фактор стратегічного мислення та бачення був відсутнім, що дає можливість запропонувати власну концептуальну модель стратегічного розвитку підприємства (рис.7).

Примітки: ROI - рентабельність інвестицій, EPS - чистий прибуток на одну акцію, ROE - дохідність акціонерного капіталу, ROA - дохідність чистих активів, CF - грошовий потік, EVA - економічна додана вартість, EBITFA - операційний прибуток, BSC - Balanced Scorecard збалансована система показників.

Дана концептуальна модель наочно демонструє всі етапи стратегічного управління підприємством, їх зв'язок та послідовність. Також модель акцентує увагу на саме людському факторі – на прийнятті рішення, як далі має рухатися компанія. Якщо ТОП-менеджмент застосовує стратегічне мислення та стратегічне бачення щодо інноваційної ідеї, яка виникла після завершеного циклу стратегічного управління, як наслідок успішного управління, і підтримує її, тоді можна вважати, що компанія функціонує на основі стратегічного розвитку підприємства, що може принести в майбутньому певний переворот на ринку, в галузі, або загально в економіці. При створенні нових передових технологій, інноваційних продуктів або послуг має виділятися окрема група людей, відділ або департамент, які будуть втілювати інноваційну ідею в життя паралельно з основним стратегічним управлінням підприємством, де при позитивному виході компанія отримує зміну мислення, що вплине в подальшому на загальні ідеї, бачення та бажання і змусить докорінно змінити ракурс в стратегічному управлінні підприємством і взяти вже створену інновацію, як основу ведення бізнесу.

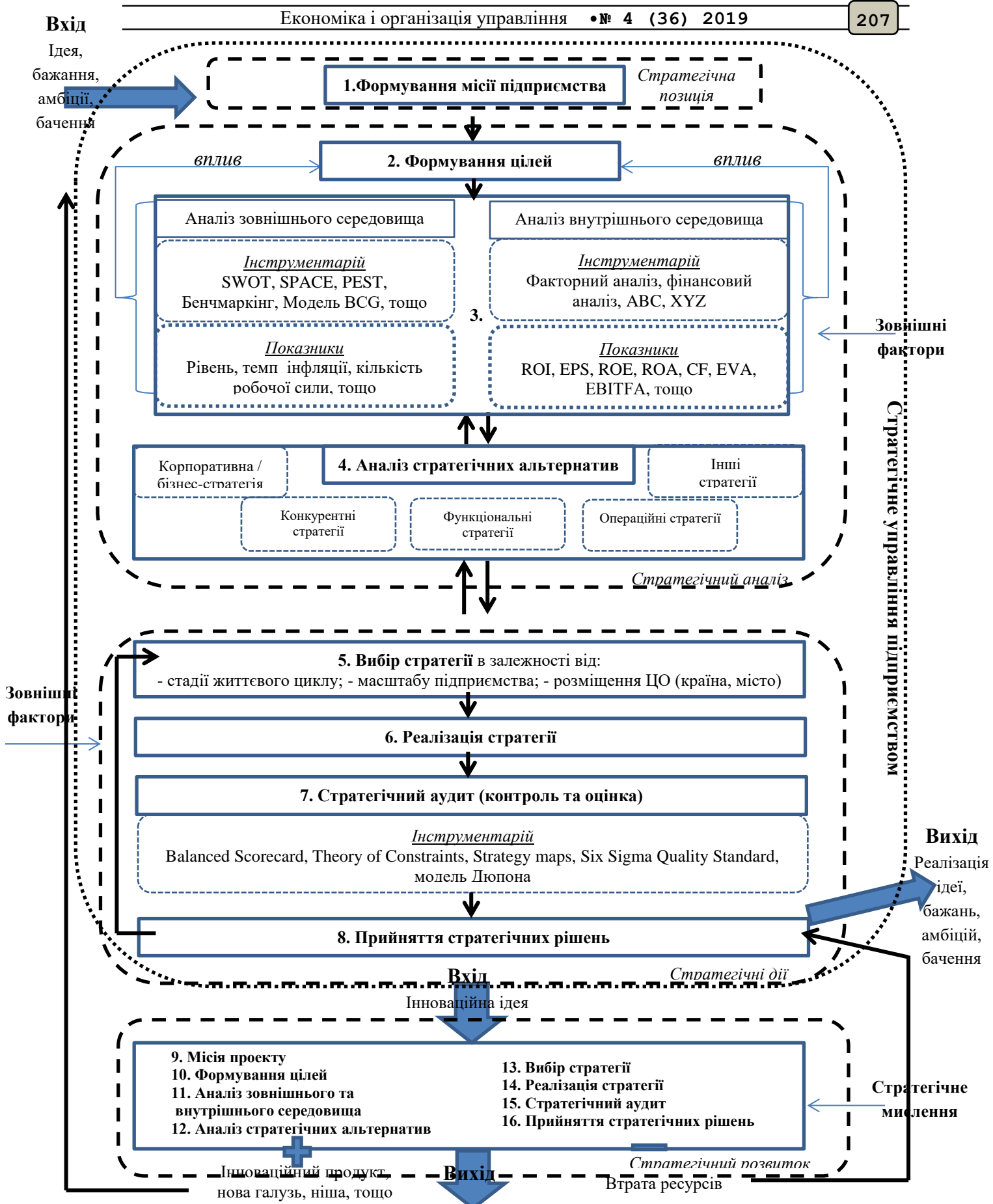


Рисунок 7 - Концептуальна модель стратегічного розвитку підприємства

Джерело: розроблено автором

Висновки. Стратегічне управління підприємством наприкінці 2019 року не є останньою управлінською концепцією, яку сьогодні використовують компанії при жорсткій глобальній конкуренції. Для отримання якісних та необхідних кількісних результатів, для забезпечення лідируючих позицій в майбутньому найвідоміші та успішніші компанії світу притримуються концепції зробіть те, що потрібно споживачу, але ще не існує на ринку. Стратегічне бачення, мислення та інноваційні ідеї формують нову модель ведення бізнесу – стратегічний розвиток підприємства. На основі систематизації видів розвитку, концепцій управління, дослідження процесу стратегічних змін, спираючись на уточнену сутність поняття стратегічний розвиток підприємства запропоновано концептуальну модель стратегічного розвитку підприємства в умовах глобальної конкуренції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. А. Файоль, Г. Змерсон, Ф. Тейлор, Г. Форд. Управление – это наука и искусство. – М., 1992. – 351 с.
2. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі :Новаторство і підприємництво / П. Друкер; [пер. з англ.]. – Київ, 1994 . – 319 с
3. Мескон М. Основы менеджмента / Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф.; [пер. с англ.]. – М., 1997. –704 с.
4. Birkinshaw JM ; Ansari S. Management Models and Business Models : In Saebi T, Foss N eds., Business Model Innovation : The Organisational Dimension, OUP, 2014
5. Друкер Питер, Ф. Макьярелло, Джозеф А. Д76 Менеджмент.: Пер. с англ. — М. : ООО “И.Д. Вильямс”, 2010. — 704 с
6. Тейлор Ф. Принципы научного менеджмента / Ф. Тейлор. —Москва : Контроллинг, 1991. — 104 с.
7. W. Chan Kim, Renee Mauborgne (2005). Blue Ocean Strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Harvard Business school Press.
8. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика : учеб. пособ. / А.Т. Зуб. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 415 с
9. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. – М.: Гардарики, 1998. – 296 с
10. Довбня С.Б. Стратегія підприємства : навч. посібник / С.Б. Довбня, А.О. Найдовська, М.М. Хитько. – Д. : НМетаАУ, 2011. – Ч. 1. – 71 с.
11. Higgins J.M. Organizational Policy and Strategic Management. Text and Cases / J.M. Higgins. – 2-nd ed. – Chicago : The Dryden Press, 1983. – 237 p.
12. Pearse J.A. Strategic Management / J.A. Pearse, R.B. Robinson. – 2-nd ed. – Homtwood III : Richard D.Irwin, 1985. – 268 p.
13. Смирнов Н.Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / Н.Н. Смирнов. – СПб. : Питер, 2002.– 128 с.
14. Белый Е.М. Использование концепции стратегического менеджмента в управлении государственным вузом / Е.М. Белый, И.Б. Романова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mevriz.ru/articles/2003/3/1546.html>.
15. Гавриленко Т.В. Стратегічне управління підприємством в умовах кризи : автореф. дис. ... канд. екон. наук. / Т.В. Гавриленко ; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/ard/2006/06gtvplp.zip>.
16. Просалова В.С. Генезис форм и методов стратегического управления / В.С. Просалова, Е.Н. Смольянинова // Современные исследования социальных проблем :

- электронный научный журнал. – 2011. – № 4 (08) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sisp.nkras.ru/issues/2011/4/smolyaninova.pdf>.
17. Бруханський Р.Ф. Аналіз вимог системи стратегічного менеджменту до побудови стратегічно-орієнтованої системи бухгалтерського обліку / Р.Ф. Бруханський // Вісник ЖДТУ / Серія : Економічні науки. – 2014. – № 1 (67). – С 163–169.
18. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебн. для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд; пер. с англ. под. ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М. : Банки и биржи, 1998. 576 с., с.145
19. Падерін І. Теоретичні основи стратегічного управління малими підприємствами та середнім бізнесом регіону / І. Падерін, Л. Чалапко // Вісник економічної науки України. – 2012. – № 1 – С. 118–121.
20. Avanesova N. E., Lubenska A. S. MODERN TRENDS INVESTIGATING MODELS OF STRATEGIC MANAGEMENT OF ENTERPRISE // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – № 16 – С. 6-10.
21. Попов С. Стратегическое управление : 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4 / С. Попов. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 304 с.
22. David F. K. Fundamentals of the Strategic Management / F. K. David. — Merrill Publishing Company, 1986.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.20

УДК 338.3:005.95:005.336

Орехова Т.В., д.е.н., професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин
Донецького національного університету імені Василя Стуса

Марценюк О.В., старший викладач кафедри менеджменту та поведінкової економіки
Донецького національного університету імені Василя Стуса

Якимова Н.С., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та поведінкової економіки
Донецького національного університету імені Василя Стуса

ЕКСПЕРТНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УМОВ ТА ПОТЕНЦІЙНИХ ЗАГРОЗ ДЛЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

У статті проаналізовано результати експертного дослідження умов та потенційних загроз для ведення бізнесу у Вінницькій області. Проведене дослідження включає декілька блоків: вивчення задоволеності місцевими умовами введення бізнесу; вивчення можливостей для кооперації та партнерства; оцінка якості підготовки персоналу та отримання фахових послуг; вивчення можливого впливу трудової міграції; визначення інноваційного потенціалу регіону; формулювання загальних рекомендацій щодо поліпшення умов ведення бізнесу. В ході дослідження було виявлено, що всі експерти підтримують необхідність інноваційного розвитку і намагаються постійно розвиватися в цьому напрямку за допомогою введення автоматизованих процесів виробництва, запровадження інноваційних послуг, цифровізації внутрішніх процесів, впровадження ІТ-інновацій в процеси комунікацій з клієнтами. За результатами проведеного дослідження встановлено, що серед загальних рекомендацій щодо покращення умов ведення бізнесу з боку місцевих органів влади було відзначено необхідність: створення сприятливих стабільних умов для бізнесу, надання преференцій та забезпечення доступності фінансових ресурсів на розвиток бізнесу за рахунок спеціальних програм місцевих органів влади в умовах повної прозорості та відсутності корупції; розробки програми популяризації позитивних результатів взаємодії бізнесу і влади, підвищення рівня довіри до місцевих органів влади за допомогою зміни політики засобів масової інформації; визначення напрямку смарт-спеціалізації регіону, створення і розвиток інноваційної інфраструктури.

Ключові слова: сприятливе середовище, умови та загрози для ведення бізнесу, метод експертних оцінок, SWOT-аналіз умов ведення бізнесу, інноваційний потенціал місцевого бізнесу.

Рис. - 4, Табл. - 1, Літ. - 3

Орехова Т.В., Марценюк О.В., Якимова Н.С.

ЭКСПЕРТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ УСЛОВИЙ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ УГРОЗ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В ВИННИЦКОЙ ОБЛАСТИ

В статье проанализированы результаты экспертного исследования условий и потенциальных угроз для ведения бизнеса в Винницкой области. Проведенное исследование включает несколько блоков: изучение удовлетворенности местными условиями ведения бизнеса; изучение возможностей для кооперации и партнерства; оценка качества подготовки персонала и получения профессиональных услуг; изучение возможного влияния трудовой миграции; определение инновационного потенциала региона; формулировка общих рекомендаций по улучшению условий ведения бизнеса. В ходе исследования было выявлено, что все эксперты поддерживают необходимость

инновационного развития и стараются постоянно развиваться в этом направлении с помощью введения автоматизированных процессов производства, внедрения инновационных услуг, цифровизации внутренних процессов, внедрения IT-инноваций в процессы коммуникаций с клиентами. По результатам проведенного исследования установлено, что среди общих рекомендаций по улучшению условий ведения бизнеса со стороны местных органов власти была отмечена необходимость: создания благоприятных стабильных условий для бизнеса, предоставления преференций и обеспечения доступности финансовых ресурсов на развитие бизнеса за счет специальных программ местных органов власти в условиях полной прозрачности и отсутствия коррупции; разработки программы популяризации положительных результатов взаимодействия бизнеса и власти, повышения уровня доверия к местным органам власти с помощью изменения политики средств массовой информации; определения направления smart-специализации региона, создания и развития инновационной инфраструктуры.

Ключевые слова: благоприятная среда, условия и угрозы для ведения бизнеса, метод экспертных оценок, SWOT-анализ условий ведения бизнеса, инновационный потенциал местного бизнеса.

Oriekhova T., Martseniuk O., Yakymova N.

EXPERT RESEARCH OF CONDITIONS AND POTENTIAL THREATS FOR DOING BUSINESS IN VINNYTSIA REGION

The article analyzes the results of an expert study of the conditions and potential threats to doing business in Vinnitsa region. The conducted research includes several blocks: study of satisfaction with local conditions of entering a business; exploring opportunities for cooperation and partnership; assessment of the quality of staff training and the receipt of professional services; study of the possible impact of labor migration; determination of innovative potential of the region; formulating general recommendations for improving business conditions. The study found that all experts support the need for innovative development and are trying to constantly evolve in this direction through the introduction of automated production processes, the introduction of innovative services, the digitization of internal processes, the introduction of IT-innovations in customer communication processes. According to the results of the research, it was found that among the general recommendations for improving the conditions of doing business by local authorities, it was noted the need to: create favorable stable conditions for business, provide preferences and ensure the availability of financial resources for business development through special programs of local authorities under the conditions full transparency and absence of corruption; development of a program to promote positive results of interaction between business and government, increase the level of trust in local authorities by changing the media policy; defining the direction of smart specialization of the region, creation and development of innovative infrastructure.

Keywords: favorable environment, conditions and threats for doing business, method of expert evaluations, SWOT-analysis of conditions for doing business, innovation potential of local businesses.

Постановка проблеми. У процесі регіонального розвитку значна увага приділяється дослідженню умов ведення бізнесу, що має безпосередній логічний зв'язок із формуванням інвестиційної привабливості регіону та ресурсного потенціалу забезпечення його конкурентоспроможності. Регіон може забезпечити підвищення рівня економічного і соціального добробуту, а також якості життя населення лише в тому

випадку, коли його регіональні суб'єкти будуть здатні виробляти і поставляти на ринок більше продуктів і послуг конкурентної якості іншим суб'єктам, що залежить від збалансованості рівня розвитку багатьох регіональних конкурентних переваг - географічного положення по відношенню до ринків, рівня розвитку транспортно-логістичної інфраструктури, наявної якісної, кваліфікованої та освіченої робочої сили, умов для розвитку малого та середнього бізнесу, інноваційного потенціалу в регіоні, потенціалу внутрішньогалузевої та міжгалузевої кооперації, кооперації з місцевими науковими і освітніми інститутами, інформаційної відкритості, відсутності штучних бар'єрів для розвитку бізнесу, загроз його банкрутства і закриття тощо. Забезпечення регіональної конкурентоспроможності передбачає перетворення регіону на місце, де людям комфортно жити і працювати, де є бажання вкладати кошти і розвивати свій бізнес.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження сприятливого середовища для ведення бізнесу є достатньо поширеною тематикою досліджень вітчизняних науковців. Зокрема, питання визначення умов та потенційних загроз для ведення бізнесу у своїх роботах досліджували В. Антонюк, С. Бандур, Д. Богиня, І. Бондар, З. Варналій, О. Грішнова, Л. Ільч, М. Кримова, Е. Лібанова [1], Л. Лісогор, В. Ляшенко та інші. Разом з цим, проблема експертного дослідження сприятливого середовища для ведення бізнесу у Вінницькій області залишається актуальною та потребує розробки нового набору дієвих інструментів та методів, спрямованих на вивчення задоволеності місцевими умовами введення бізнесу, вивчення можливостей для кооперації та партнерства, оцінку якості підготовки персоналу та отримання фахових послуг, вивчення можливого впливу трудової міграції, визначення інноваційного потенціалу регіону, що має стати основою для формулювання загальних рекомендацій щодо поліпшення умов ведення бізнесу.

Метою статті є експертне дослідження умов та потенційних загроз для ведення бізнесу у Вінницькій області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Об'єктивний підхід до формування стратегії регіонального розвитку передбачає вивчення місцевих умов ведення бізнесу із залученням всіх стейкхолдерів регіональної соціально-економічної політики, в тому числі отримання зворотного зв'язку щодо поточного стану умов ведення бізнесу безпосередньо від його представників.

Проведене дослідження включає декілька блоків:

- вивчення задоволеності місцевими умовами введення бізнесу;
- вивчення можливостей для кооперації та партнерства;
- оцінку якості підготовки персоналу та отримання фахових послуг;
- вивчення можливого впливу трудової міграції;
- визначення інноваційного потенціалу регіону;
- формулювання загальних рекомендацій щодо поліпшення умов ведення бізнесу.

Для реалізації поставленої мети було обрано пошуковий вид проведення дослідження, оскільки статистична інформація для аналізу цього питання не збирається. Подібні соціологічні дослідження в Вінницькій області також не проводилися.

Метод анкетування при пошуковому виді дослідження не використовується, оскільки при формуванні вибірки респондентів не можливо задати критерії якісного відбору, а саме рівень кваліфікації та обізнаності за темою дослідження, що напряму впливає на отримані результати та комплексну оцінку поточного стану в контексті проблематики опитування. Тому при виборі методу дослідження було обрано метод експертних оцінок.

Необхідну кількість експертів було розраховано на основі статистичного підходу за допомогою залежності [2]:

$$N = \frac{t_{\alpha}^2}{\varepsilon_t},$$

де t_{α} - показник достовірності для заданої довірчої ймовірності отриманого результату; ε_t - задана до початку опитування гранично допустима помилка, виражена в частках середньоквадратичного відхилення σ :

$$\varepsilon_t = \frac{\varepsilon}{\sigma},$$

де ε - абсолютна погрішність [3].

Приймаючи значення ε_t рівним 0,5 або t_{α} рівним 1,96 отримаємо мінімальну кількість експертів:

$$N = \frac{1,96^2}{0,5} = 8 \text{ експертів.}$$

Виходячи із залежності для визначення необхідної максимальної кількості експертів, при проведенні особисто-випадкового неповторного відбору необхідну кількість експертів можна визначити із залежності:

$$N = \frac{t^2 \alpha \cdot p \cdot q}{\Delta \bar{x}^2},$$

де p - частка одиниць, що володіють обстежуваною ознакою; q - частка одиниць, що не володіють обстежуваною ознакою; $\Delta \bar{x}$ - гранична помилка вибіркового спостереження.

В умовах відсутності інформації про величини p та q приймаємо їх рівними 0,5.

Значення t_{α} приймається рівним 1,96, виходячи з забезпечення довірчої ймовірності, рівній 0,95.

Тоді, у відповідності з залежністю максимальна кількість експертів становить:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05} = 19 \text{ експертів.}$$

Отже, кількість експертів має бути в інтервалі від 8 до 19 осіб. У нашому випадку вона склала 16 осіб, отже відповідає необхідній кількості з урахуванням ймовірної похибки дослідження.

Відбір експертів відбувався за сформованим профілем, до якого було, по-перше, включено досвід роботи на керівній посаді в галузі не менше 3 років. Серед обраних експертів 6% склали представники з досвідом роботи на керівних посадах від 3 до 5 років, 31% - з досвідом роботи від 5 до 10 років включно, 37% - з досвідом роботи від 16 до 20 років та 13% - з досвідом роботи більше ніж 20 років. Слід зазначити, що серед обраних експертів 63% опитаних є засновниками, діючими власниками та керівниками бізнесу в одній особі, що підтверджує їх експертний рівень. Щодо розміру компаній, представники яких стали експертами проведеного дослідження, 19% відносяться до малих підприємств, 31% до середніх підприємств, 50% до великих підприємств. 6% обраних експертів були представниками підприємств державного сектору та 94% - представниками приватного сектору.

Другим критерієм відбору експертів став їх досвід роботи у Вінницькому регіоні. За цим показником переважна більшість, а саме 94%, є вінничанами та постійно працюють у Вінницькій області. Серед підприємств, на яких працюють експерти, 38% власників не є вінничанами, але вони обрали саме Вінницький регіон для побудови бізнесу або розширення мережі як найбільш сприятливий та комфортний регіон для ведення бізнесу та мають досвід роботи в інших регіонах.

У розрізі галузевого розподілу бізнесу експертів було обрано із дотриманням принципу пропорційності галузевій структурі валового регіонального продукту. У

дослідженні представлено підприємства агробізнесу, торговельного сектору, сфери медичного обслуговування, машинобудування, електроенергетики, виробництва та продажу будівельних товарів та соціального захисту.

Більшість поставлених запитань були відкритого типу, що обумовлено пошуковим характером експертного дослідження.

Перший блок питань був присвячений дослідженню місцевих умов ведення бізнесу. В результаті опитування було виявлено, що 25% опитуваних зазначили, що ключовим фактором вибору Вінницької області для ведення їх бізнесу є комфортніші умови бізнес-клімату порівняно з іншими регіонами України, 25% - основним мотивом відкриття бізнесу у Вінницькій області зазначили «необхідність розширення мережі», 17% - географічне розташування, 33% - місце проживання засновника (рис. 1). При порівнянні умов ведення бізнесу з іншими регіонами 44 % експертів відзначили сприятливий клімат взаємодії з владою, який притаманний Вінницькій області, 33% вважають, що умови не відрізняються, і лише 11% вказали, що вести бізнес у Вінницькій області складніше, ніж в інших регіонах (рис. 2).

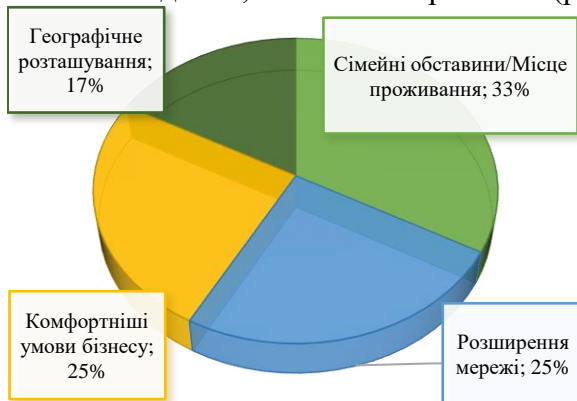


Рисунок 1 - Які ключові фактори того, що Ваша компанія обрала цей регіон, як місце для ведення бізнесу?

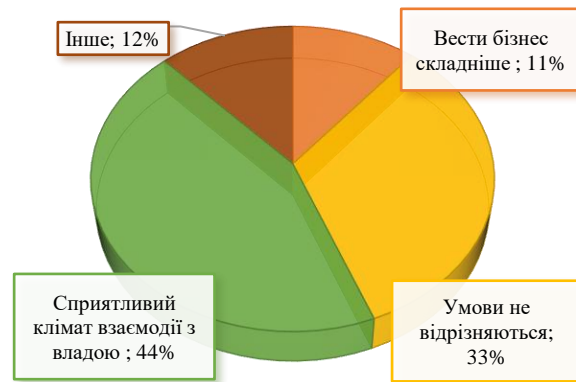


Рисунок 2 - Чи відрізняються умови введення бізнесу у Вінницькій області та в інших регіонах України?

З метою виявлення позитивних і негативних характеристик місцевих умов для ведення бізнесу, було сформовано блок питань, який включав бачення представників бізнесу щодо проведення сильних і слабкий сторін регіону, можливостей і загроз, які несе зовнішнє середовище. Результати узагальненого SWOT-аналізу по відповідях експертів наведені в таблиці 1.

Серед дій, які має запровадити місцева влада для того, щоб знизити можливий негативний вплив загроз та використати найбільш ефективним способом можливості Вінницького регіону, експертами було визначено:

- підвищення компетенції та якості послуг, що надаються місцевими органами самоврядування;
- забезпечення захисту від природних монополій та підтримка конкурентного середовища;
- розвиток соціальної сфери та соціальних послуг;
- викоринення корупції;
- просування експорту та підтримка українських експортерів;
- розвиток інфраструктури регіону та міста;
- вирішення питань комфортних умов для проживання людей;
- підвищення якості життя населення;

Таблиця 1

SWOT-аналіз умов ведення бізнесу в Вінницькому регіоні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> • сприятливі умови підтримки відкриття бізнесу з боку влади • наявність медичного університету, що дає можливість підібрати команду молодих спеціалістів • близьке місце розташування до західного кордону • транзитивне положення, гарні дороги, наявність аеропорту • наявність потенціалу співпраці з місцевими навчальними закладами • наявні фахівці з технічними навичками на рівні робітничих професій • доступ до оновлення компетентностей з менеджменту • короткі строки виділення земельних ділянок та надання дозволу на будівництво, короткі строки запуску нових об'єктів • значний людський потенціал • наявність корисних копалин • високий промисловий потенціал • розвинуті підприємницькі компетентності та підприємницькі традиції 	<ul style="list-style-type: none"> • низький рівень освіти/кваліфікації у працівників порівняно з Києвом та іншими промисловими регіонами • низький рівень якості послуг, управлінських навичок в місцевих органах влади та самоврядування, що обумовлено високою плінністю кадрів в сфері державних послуг • недостатній рівень якості банківських послуг • низька платоспроможність населення • відсутність можливості залучення довгострокових запозичень у розвиток бізнесу • нестача оборотних коштів, дефіцит короткострокових кредитних ресурсів • низький рівень якості транспортної і дорожньої інфраструктури • високе конкурентне середовище • корисні копалини знаходяться під контролем іноземних інвесторів, які не підтримують програми сталого розвитку для локальних спільнот • немає прозорості захисту інвестиції, входу для бізнесу, висока монополізація енергетичному секторі • слабкі зв'язки бізнесу з закладами освіти в регіоні • низький рівень якості освітніх послуг в регіоні • недостатньо розвинуті бізнес-асоціації
Загрози	Можливості
<ul style="list-style-type: none"> ▪ невизначеність в питаннях ринку землі, загроза витіснення з землі фермерів великими національними і транснаціональними холдингами ▪ втрата власної насінневої бази ▪ зміна клімату ▪ глобальна криза ▪ валютні курсові ризики ▪ зростання конкуренції з боку міжнародних компаній ▪ переорієнтація споживчих ринків ▪ відтік кадрів ▪ постійні зміни податкового законодавства та умов ведення бізнесу (зокрема по ПДВ) ▪ технологічна відсталість виробництва, низьке фінансування науки, і як наслідок низький рівень прикладних наукових досліджень ▪ небажання платити податки, небажання виходити з тіні ▪ низька культура соціальної відповідальності бізнесу ▪ політичні ризики, в тому числі внутрішньополітичні і зовнішньополітичні 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ реалізація на території області національних проєктів розвитку міжнародної і національної транспортно-логістичної інфраструктури; ▪ економічна та енергетична незалежність, розвиток енергоринку; ▪ розвиток турбізнесу, створення туристичного кластеру ▪ розвиток бізнес-асоціацій ▪ високий рівень розвитку громадянського суспільства, як інструмент корегування дій влади ▪ зростання прозорості рішень влади ▪ цифровізація державних послуг, електронне врядування

впровадження змін до КЗоП (перегляд граничного значення понаднормових робіт);
підтримка молодих професійних кадрів, створення умов для отримання першого робочого місця випускниками навчальних закладів;

створення спеціальних економічних зон з пільговим режимом відкриття бізнесу та господарювання;

зниження податкового навантаження (відмова від податку з прибутку і ПДВ та запровадження податку з обороту);

створення кластерів;

створення площадок для кооперації B2B, розвиток комунікацій всередині бізнес-спільноти;

створення інноваційної інфраструктури, визначення інноваційної спеціалізації регіону;

вирішення питання дефіциту довготермінових кредитних ресурсів для розвитку бізнесу (запровадження на рівні регіонального фінансування програм покриття відсотків по кредитних коштах для проривних інноваційних проектів);

запровадження програми підтримки малого бізнесу особливо в сільській місцевості;

розширення потужностей електростанцій та підстанцій.

Серед пріоритетних напрямків розвитку регіону, в яких могла б розвиватись інноваційна спеціалізація регіону, експерти на перше місце поставили інновації в аграрному секторі (48%), на друге місце - розвиток інновацій в сфері машинобудування (19%), третє місце поділи сектори IT- сфери та туризму (14%), четверте місце зайняв можливий інноваційний медичний кластер (5%).

Другим блоком питань було виявлення можливостей до кооперації та партнерства серед підприємств Вінницького регіону. Слід зазначити, що за результатами дослідження було виявлено, що лише 31% підприємств співпрацює із місцевими партнерами у форматі B2B, 51% взагалі не взаємодіють, майже не взаємодіють 13%. Але при цьому 54% опитаних представників бізнесу відмітили бажання розширити свою партнерську базу серед місцевих представників бізнесу, 19% зазначили, що місцеві виробники не виробляють необхідної продукції або послуг, 15% зазначили, що необхідність заключати договори з постачальними або підрядниками є сферою відповідальності головного офісу, який розташований за межами регіону, 12% наголосили на тому, що місцеві виробники не відповідають внутрішнім стандартам якості їх компанії (рис. 3).

При оцінці можливостей та потенціалу розвитку кооперації і партнерства з представниками бізнесу Вінницького регіону 50% експертів були впевнені в можливості його розвитку, 29% були не впевнені, 7% вважають, що розвитку кооперації і партнерства з місцевим бізнесом потенціал дуже низький і 14% поки не спостерігають можливостей для розвитку (рис. 4).

Третім блоком питань було визначення якості підготовки персоналу та отримання фахових послуг. Слід зазначити недовіру місцевого бізнесу до закладів вищої освіти і науки Вінницького регіону. Так, при відповіді на питання, чи співпрацюють вони із закладами вищої освіти і науки у сфері інноваційних розробок, 62% відповіли так, але це переважно заклади освіти таких міст, як Київ, Львів та Харків. Співпраця з Вінницькими закладами освіти співпраця переважно відбувається в рамках залучення студентів до стажування та проходження практики.

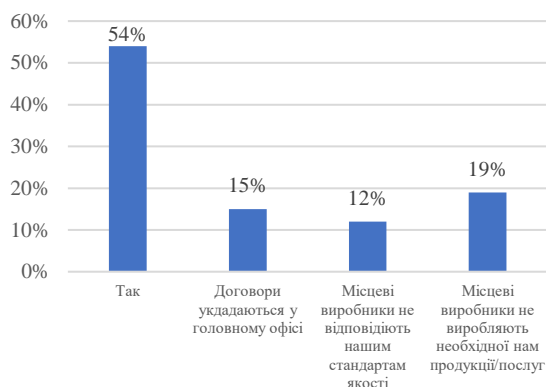


Рисунок 3 - Чи хотіли би Ви розширити свою партнерську базу?

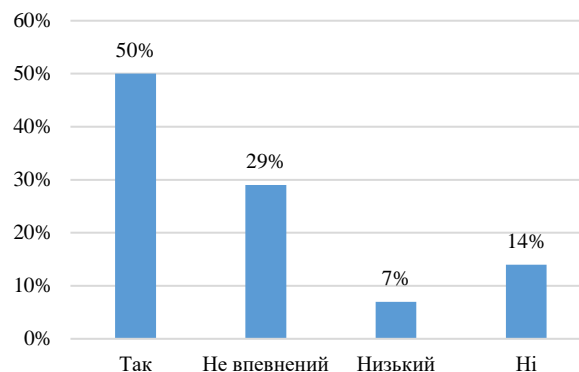


Рисунок 4 - Чи є на Ваш погляд у місцевого бізнесу потенціал для кооперації і партнерства з Вашою компанією?

При відповіді на питання, яких компетенцій не вистачало при прийомі на роботу працівників з числа випускників місцевих закладів освіти було зазначено, що їм не вистачає професійних знань і гнучких навичок і власники бізнесу намагаються залучати високо кваліфікованих фахівців з інших регіонів. При цьому є й певний відсоток підприємств, які за специфікою своєї діяльності не потребують висококваліфікованих працівників і вони згодні навчати власний персонал самостійно.

Щодо підходів до додаткового навчання, які використовуються підприємствами, та можливості залучення до надання цих послуг місцевих представників освітніх та консультаційних, було вказано, що надають перевагу самостійному навчанню, внутрішньокорпоративній системі навчання, до якої залучають київські та закордонні компанії. Виключенням стала програма розвитку управлінських компетентностей, яку експерти замовляли для свого підприємства у фахівців Донецького національного університету імені Василя Стуса.

Четвертим блоком питань була оцінка впливу трудової міграції на регіональний ринок праці. 64 % експертів відзначили, що не відчують проблем з відтоком кадрів та трудовою міграцією, і спостерігають покращення ситуації в цій сфері - повернення колишніх працівників з закордону і повторне працевлаштування на ті самі посади, на яких вони працювали раніше. Але за спостереженнями опитаних роботодавців тимчасова міграція позитивно вплинула на рівень кваліфікації та трудової дисципліни робітників. 36 % експертів відчували втрати трудових ресурсів.

Серед напрямків діяльності, яку має запроваджувати на думку експертів місцева влада для зменшення рівня трудової міграції було зазначено наступне: підвищення рівня і якості життя населення в регіоні; підвищення заробітної плати представниками бізнесу за рахунок зменшення податків; розвиток інфраструктури міста; розвиток корпоративної культури та системи мотивації в регіональних компаніях.

П'ятий блок питань було націлено на виявлення інноваційного потенціалу місцевого бізнесу. В ході дослідження було виявлено, що всі експерти підтримують необхідність інноваційного розвитку і намагаються постійно розвиватися в цьому напрямку за допомогою введення автоматизованих процесів виробництва, запровадження інноваційних послуг, цифровізації внутрішніх процесів, впровадження ІТ-інновацій в процеси комунікацій з клієнтами тощо.

Серед загальних рекомендацій щодо покращення умов ведення бізнесу з боку місцевих органів влади було відзначено необхідність:

створення сприятливих стабільних умов для бізнесу, надання преференцій та забезпечення доступності фінансових ресурсів на розвиток бізнесу за рахунок спеціальних програм з боку місцевих органів влади в умовах повної прозорості та відсутності корупції;

розробки програми популяризації позитивних результатів взаємодії бізнесу і влади, підвищення рівня довіри до місцевих органів влади за допомогою зміни політики засобів масової інформації, основним вектором яких має стати висвітлення досягнутих успіхів в роботі органів місцевого самоврядування;

створення за допомогою органів влади площадок для публічного діалогу, обміну досвідом та комунікацій B2B, бізнес-влада, бізнес-наука, бізнес-освіта;

діагностики промислового комплексу і промислового потенціалу області, наявних внутрішньогалузевих та міжгалузевих зв'язків та моделювання основних напрямків їх зростання;

оцінки можливостей кооперації регіонального бізнесу та розбудови системи комунікацій між економічними суб'єктами;

розвитку підприємницьких навичок і управлінських компетентностей «протягом життя»;

визначення напрямку смарт-спеціалізації регіону, створення і розвиток інноваційної інфраструктури: інноваційних кластерів венчурних фондів, R&D центрів, технопарків;

розвитку транспортної і комунікаційної доступності всіх територій регіону;

сприяння розвитку експортного потенціалу регіональних суб'єктів економічної діяльності.

Висновки. Отримані результати експертного дослідження, що відображають сприйняття умов і перспектив ведення бізнесу у Вінницькій області з боку представників підприємств, які мають достатній досвід діяльності в регіоні і галузі, а також досвід прийняття відповідних рішень, мають високу практику значущість. Вони можуть бути використані для уточнення результатів SWOT-аналізу, проведеного робочою групою з розроблення проекту збалансованого регіонального розвитку Вінницької області на період до 2027 року з напрямку «Конкурентоспроможна Вінниччина на мапі Східної Європи (смарт-спеціалізація). Запропоновані напрямки діяльності місцевої влади щодо зниження можливого негативного впливу загроз та використання можливостей зовнішнього середовища для розвитку бізнесу у Вінницькій області, можливостей та потенціалу розвитку місцевої кооперації, підвищення якості підготовки персоналу та отримання фахових послуг, зменшення рівня трудової міграції, а також рекомендації щодо покращення умов ведення бізнесу, що відображають його загальні очікування від партнерства з владою, мають бути враховані при розробці Концепції Стратегії регіонального розвитку Вінницької області на період 2021-2027 рр.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Створення сприятливого середовища для сталого підприємництва: звіт за результатами опитування, проведеного за підтримки та на основі методології Міжнародної організації праці (МОП) щодо створення сприятливого середовища для сталих підприємств (EASE). URL: http://fru.ua/images/digest/EASE_23_10_ukr_S.pdf.
2. Эйтингон В.Н., Кравец М.А., Панкратова Н.П. Методы организации экспертизы и обработки экспертных оценок в менеджменте. В.: ВГУ, 2004. 44 с.
3. Кошевой О.С., Голосова Е.С., Сеидов Ш.Г. Организация экспертного опроса с привлечением специалистов органов государственного и муниципального управления. *Известия высших учебных заведений.* 2012. №1 (21). С. 98-107.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.21

УДК 332.143:330.341

Клочковська В.О., к.е.н., доцент кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки, Донецький національний університет імені Василя Стуса

Клочковський О.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та поведінкової економіки, Донецький національний університет імені Василя Стуса

Гуцуляк Н.П., старший викладач кафедри менеджменту та поведінкової економіки, Донецький національний університет імені Василя Стуса

СОЦІАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ: ГЕНДЕРНО-ВІКОВИЙ АСПЕКТ

Розглянуто питання впливу соціального потенціалу, а саме його гендерно-вікової складової на розвиток регіону. У статті зазначено, що соціальний потенціал являється сукупністю факторів та елементів, які визначають соціальну активність населення регіону та забезпечують можливість досягнення високих результатів у трудовій, соціально-політичній, економічній та інших сферах. У свою чергу гендерно-вікова складова є результатом дії багатьох факторів. З яких у першу чергу виділяються демографічні (народжуваність, смертність, міграційні процеси), історичні (традиції, сімейні цінності, культура) та соціально-економічні (рівень життя населення, рівень доходів, побутові умови та ін.). Крім цього зазначається, що зміни у гендерно-віковому складі населення спричиняють зміни у природньому та міграційному русі населення, вносять корективи у процеси подальшого відтворення населення і звичайно впливають на розвиток господарсько-економічних процесів у регіоні. У процесі дослідження встановлено, що у гендерно-віковій структурі населення області спостерігаються деякі позитивні зміни, а саме вирівнювання груп чоловіків і жінок. Але з огляду на роль соціального потенціалу у розвитку регіону особливу увагу необхідно приділити покращенню вікової структури населення, шляхом вирішення найважливішого завдання сьогодення - підвищення рівня народжуваності, а також створення належних умов для виховання здорового покоління та зменшення рівня смертності.

Ключові слова: соціальний потенціал, розвиток регіону, старіння населення, гендерно-вікова структура населення.

Рис. – 2, Табл. – 3, Літ. - 4

Клочковская В.А., Клочковский А.В., Гуцуляк Н.П.

СОЦИАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА: ГЕНДЕРНО-ВОЗРАСТНОЙ АСПЕКТ

Рассмотрен вопрос влияния социального потенциала, а именно его гендерно-возрастной составляющей на развитие региона. В статье определено, что социальный потенциал является совокупностью факторов и элементов, которые определяют социальную активность населения региона и обеспечивают возможность достижения высоких результатов в трудовой, социально-политической, экономической и других сферах. В свою очередь гендерно-возрастная составляющая является результатом действия многих факторов. Из которых в первую очередь выделяются демографические (рождаемость, смертность, миграционные процессы), исторические (традиции, семейные ценности, культура) и социально-экономические (уровень жизни населения, уровень доходов, бытовые условия и др.). Кроме этого отмечается, что изменения в гендерно-возрастном составе населения вызывают изменения в естественном и миграционном движении населения, вносят коррективы в процессы дальнейшего

воспроизводства населения и обычно влияют на развитие хозяйственно-экономических процессов в регионе. В процессе исследования установлено, что в гендерно-возрастной структуре населения области наблюдаются некоторые положительные изменения, а именно выравнивание групп мужчин и женщин. Но учитывая роль социального потенциала в развитии региона особое внимание необходимо уделить улучшению возрастной структуры населения, путем решения важнейшей задачи современности - повышения уровня рождаемости, а также создание условий для воспитания здорового поколения и снижения уровня смертности.

Ключевые слова: социальный потенциал, развитие региона, старение населения, гендерно-возрастная структура населения.

Klochkovska V., Klochkovskyi O., Hutsulyak N.

SOCIAL POTENTIAL OF DEVELOPMENT OF THE REGION: GENDER-AGE ASPECT

Summary. The impact of social potential, namely its gender and age component on the development of the region, is considered. The article states that social potential is a set of factors and elements that determine the social activity of the population of the region and provide the opportunity to achieve high results in labor, socio-political, economic and other spheres. In turn, the gender-age component is the result of many factors. First of all, demographic (birth rate, death rate, migration processes), historical (traditions, family values, culture) and socio-economic (population standard of living, income level, living conditions, etc.) stand out. In addition, it is noted that changes in the gender-age composition of the population cause changes in the natural and migratory movement of the population, make adjustments to the processes of further reproduction of the population and usually affect the development of economic and economic processes in the region. In the course of the research it was found that in the gender-age structure of the population of the region there are some positive changes, namely the equalization of groups of men and women. However, given the role of social potential in the development of the region, special attention should be paid to improving the age structure of the population, by solving the most important task of today - raising the birth rate, as well as creating the right conditions for raising a healthy generation and reducing the mortality rate.

Keywords: social potential, development of the region, aging of the population, gender-age structure of the population.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку України характеризується поглибленням процесів децентралізації, формуванням нової моделі регіонального управління та активізацією сукупного економічного, соціального, ресурсного потенціалів регіонів для забезпечення сталого зростання держави. Враховуючи те, що останнім часом робиться акцент саме на соціальній складовій регіонального розвитку, то актуальним є визначення особливостей формування та оцінювання соціального потенціалу регіонів [1].

Підвищення рівня життя населення України безпосередньо залежить від темпів зростання економіки, що відображається у соціально-економічних показниках. А ріст економіки напряму залежить від врахування та використання цілої низки факторів, серед яких особливе місце займає соціальний потенціал, що формує базисну умову розвитку країни в цілому та окремих її регіонів зокрема. Соціальний потенціал та економічне зростання мають міцний зв'язок, а тому досліджувати їх потрібно у комплексі [2].

Соціальний потенціал є складною соціально-економічною категорією, вивченню якої на сьогоднішній день приділяється досить мало уваги, перш за все через глобальність та багатогранність цього явища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти соціального потенціалу досліджували такі науковці: Амоша О., Борисевич В., Валенков В., Коленда Н., Лібанова Е., Прохорова В., Сидорчук О. та інші. Проте мало хто з дослідників приділяв увагу такому аспекту соціального потенціалу як гендерно-віковий.

Мета статті - визначити ступінь впливу гендерно-вікової складової соціального потенціалу на регіональний розвиток.

Викладення основного матеріалу. Соціальний потенціал – це сукупність факторів та елементів, які визначають соціальну активність населення регіону та забезпечують можливість досягнення високих результатів у трудовій, соціально-політичній, економічній та інших сферах.

На думку Н. Коленди соціальний потенціал регіону слід трактувати як можливості елементів, які безпосередньо визначають соціальну активність населення цього регіону та рівень його соціальної захищеності, використання яких націлене на досягнення соціальної мети розвитку адміністративного утворення, тобто забезпечення найбільш сприятливих умов життєдіяльності населення а також розширене відтворення людини як особистості і як продуктивної сили, які формуються із потенціалів окремих осіб та відповідних передумов, що в поєднанні дають нове утворення, та здатні за рахунок соціальних відносин, зв'язків, мереж, процесів забезпечити синергетичний ефект [3].

В основу дослідження покладено вплив гендерно-вікового складу населення, який на нашу думку найбільше визначає роль і значення соціального потенціалу у розвитку регіону. Гендерно-віковий склад населення – це результат дії багатьох факторів. Найважливішими з них є демографічні (народжуваність, смертність, міграційні процеси), а також історичні (традиції, сімейні цінності, культура) та соціально-економічні (рівень життя населення, рівень доходів, побутові умови та ін.).

Слід відмітити, що зміни у гендерно-віковому складі населення спричиняють зміни у природному та міграційному русі населення, вносять корективи у процеси подальшого відтворення населення.

Необхідно зазначити, що загальна чисельність постійного населення Вінницької області станом на 1 січня 2019р. складала 1553,3 тис. осіб, у тому числі міського – 792,7 тис. осіб або 51,0%, сільського – 760,6 тис. осіб або 49,0%. За 2018 рік чисельність постійного населення зменшилась на 15,4 тис. осіб або на 1,0%. На початок 2019р. в області нараховувалось 719,0 тис. чоловіків або 46,3% від загальної кількості населення та 834,3 тис. жінок або 53,7%.

При вивченні гендерно-вікової структури населення важливим питанням є співвідношення чоловіків і жінок. Жінки традиційно становлять більшість населення області, але спостерігається тенденція вирівнювання гендерної структури населення: чисельність чоловіків у розрахунку на 1000 жінок повільно, але все-таки зростає – з 838 чоловіків 2001 році до 862 чоловіків у 2018 році.

Це співвідношення змінюється в залежності від віку населення. Якщо у новонароджених завжди переважає частка чоловічої статі (51,6% хлопчиків проти 48,4% дівчаток), то при пересуванні від дитячих до молодих вікових груп відсоток осіб жіночої статі поступово зростає, а чоловічої відповідно зменшується. А вже з віку 35 років у структурі населення області переважають жінки. Це дуже низька вікова межа, за оптимальних умов вона має наблизитися до верхньої межі репродуктивного віку - 50

років. Найбільше перевищення жіночої статі над чоловічою спостерігається у віковій групі «понад 80 років», де кількість жінок перевищує кількість чоловіків у 2,9 рази.

Сприятливі демографічні передумови майбутнього кожної нації полягають перед усім у її спроможності відтворювати себе в нових поколіннях, тому показник народжуваності є одним із основних чинників, який має вплив на вікову структуру населення.

У 2001 р. рівень народжуваності становив 8,2 народжених на 1000 жителів, а в 2018 р. – 8,1, що на 0,1 в.п. менше, ніж у 2001 році, цю інформацію представлено на рисунку 1.



Рисунок 1 - Динаміка народжуваності у Вінницькій області у 2001–2018 роках [4]

На початок 2019 р. абсолютна кількість дітей ясельного віку (0-2 роки) склала 41,7 тис. осіб або 2,7% від загальної кількості постійного населення. Чисельність дітей дитсадкового віку (3-6 років) за 2018р. становила 68,5 тис. осіб. Кількість дітей і підлітків шкільного віку (7-17 років) у 2018 році становила 175,5 тис. осіб, що на 2,1 тис. більше, ніж у 2017 р., або на 1,2%. Питома вага цієї вікової категорії у загальній кількості населення збільшилась у порівнянні з 2017 р. на 0,2 в.п. і склала 11,3% у загальній кількості населення області (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл постійного населення за окремими віковими групами у Вінницькій області (на кінець року)

Категорії населення	2017		2018	
	тис. осіб	у % до загальної кількості населення	тис. осіб	у % до загальної кількості населення
Усе населення, у тому числі	1568,7	х	1553,3	х
0-2 роки	45,4	2,9	41,7	2,7
3-6 років	70,1	4,5	68,5	4,4
7-17 років	173,4	11,1	175,5	11,3

Крім цього слід зазначити, що відчутно зменшилася кількість дітей, які відвідували дошкільні заклади - на 1,5 тис. осіб (у 2017 р. – 57,1 тис. осіб, в 2018 р. – 55,6 тис. осіб),

або 2,6%. У той же час в закладах загальної середньої освіти Вінницької області в 2018-2019 рр. навчалось 161,6 тис. дітей, що на 2,8% більше, ніж у 2017-2018 роках (табл. 2).

Таблиця 2

Кількість учнів закладів загальної середньої освіти Вінницької області, на початок навчального року, осіб

Роки	Міські поселення та сільська місцевість	У тому числі	
		Міські поселення	Сільська місцевість
2017-2018	157190	92956	64234
2018-2019	161602	98213	63389

Упродовж останніх десятиліть в області сформувалась структура населення, для якої характерна достатньо висока питома вага осіб у старших вікових групах і знизилася питома вага дитячих вікових груп. Це усе є ознаками старіння населення області (табл. 3).

Таблиця 3

Структура чисельності населення Вінницької області за статтю та окремими віковими групами на початок 2019 року, %

	Обидві статі	Чоловіки	Жінки
Міські поселення та сільська місцевість			
0–15	16,6	18,4	15,0
16–59	59,5	63,1	56,4
60 і понад	23,9	18,5	28,6
Міські поселення			
0–15	17,1	19,1	15,3
16–59	61,6	63,8	59,8
60 і понад	21,3	17,1	24,9
Сільська місцевість			
0–15	16,0	17,7	14,6
16–59	57,4	62,5	52,9
60 і понад	26,6	19,8	32,5

Старіння населення – найістотніша риса довготривалих змін у віковому складі населення. Для оцінки старіння населення з високою мірою старості використовується шкала Россета. Згідно цієї шкали населення, в якому частка осіб віком 60 років і понад складає 18,0% і більше – є дуже високим рівнем демографічної старості. Вінниччина має дуже високий рівень старіння – 23,9% (18,5% – у чоловіків і 28,6% – у жінок), в тому числі міське населення – 21,3%, та сільське – 26,6%.

У відповідності зі шкалою Россета рівень старіння міських (24,9%) і особливо сільських жінок (32,5%) – дуже високий. Чоловіки, які проживають в міській місцевості, мають високий рівень демографічної старості (17,1%), в сільській місцевості – дуже високий (19,8%), але нижчий, ніж жінок на 12,7 в.п.

Про те, що сільське населення старше міського, свідчить також середній вік населення, який в сільській місцевості на початку 2019р. складав 43,1 років. Більш детально можна ознайомитися з цією інформацією на рисунку 2.

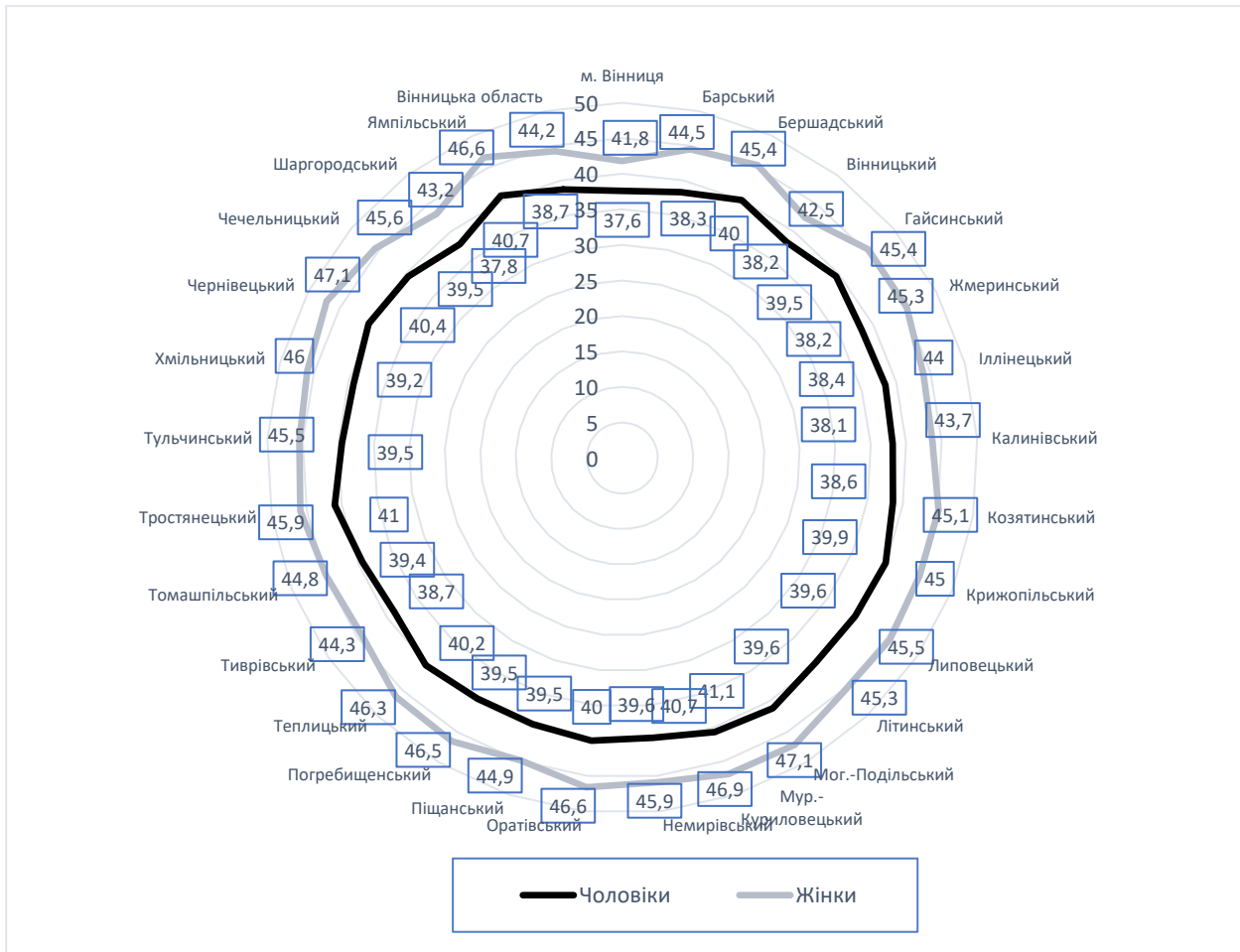


Рисунок 2 - Середній вік населення по районах Вінницької області за статтю [4]

Висновки. В гендерно-віковій структурі населення області спостерігаються деякі позитивні зміни, а саме вирівнювання груп чоловіків і жінок.

Проте з огляду на соціальний потенціал і його роль у розвитку регіону особливу увагу необхідно приділити покращенню вікової структури населення, найважливішим завданням сьогодення має стати підвищення рівня народжуваності, створення належних умов для виховання здорового покоління, зменшення рівня смертності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Валенков В.Є. Регіональні аспекти формування та оцінювання соціального потенціалу держави // Інвестиції: практика та досвід. - 2017. - № 21. - С. 123-126
2. Прохорова В.М. Соціальний потенціал регіону: методологічні аспекти /В.М. Прохорова // Вісник Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки. - 2013. - Вип.1 (6). Т. 1. - С. 217-223.
3. Коленда Н.В. Соціальний потенціал: рівні, типи, складові [Електронне видання] / Н.В. Коленда // Глобальні та національні проблеми економіки. - 2014. - № 2. - Режим доступу: <http://globalnational.in.ua/archive/2%2014/197.pdf>
4. Офіційний сайт Головного управління статистики у Вінницькій області [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua>

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.22

UDC 165.611:339.976(061.1EU+(439))

Mieñkowska-Norkiene R., Department of European Union Policies, Faculty of Political Science and International Relations, University of Warsaw

INSTITUTIONALIZATION OF THE EU POLICY COORDINATION SYSTEM – CASE OF POLAND

The article is an analysis of the Polish European policy coordination system and its planned changes regarding both its institutional structure as well as its current legal and institutional development. The analysis is supported by an elaboration on the European Union's (EU's) general matters coordination system as one of the most important aspects of the Europeanization of EU Member States (MS). The central thesis of this article proposes that the Polish coordination system is not based on a single, clear model (although it has been influenced by certain solutions applied in different models), but rather it is inconsistent, stretched between ambitions to include European issues in the daily operations of public administration institutions and the tendency to treat European issues as a political tool. The models of coordination are briefly presented in the article. The level of efficiency of European policy coordination in Poland is briefly characterized in the article mainly considering the Metcalfe scale and the World Bank benchmarks. The article also indicates Poland's coalition potential in voting in the European Council.

The current system of co-ordination in Poland (set up by the reform of 2009) is based on dual center, namely on Committee for European Affairs, located in the Prime Minister's Office (PMO) and reporting to the PM as well as on Minister of Foreign Affairs (MFA). The reform of 2009 was necessary to efficiently prepare the Polish Presidency in the Council of the European Union (2011). In the system decentralization is steadily challenged by the tendency to centralize, sectoral ministries have relatively large autonomy, but are nevertheless steadily challenged by the MFA, PM, the minister responsible for European affairs (yet with weak political power as a deputy minister in MFA), finally (since 2015) by strong political leader of PiS.

The Polish coordination system is planned to be replaced by one main center in the PMO, with the MFA providing a supporting role. The strong influence of the PM in EU coordination models usually leads to centralization and better efficiency of representing policy preferences at the European level. In comparison, systems lead by the MFA are more efficient in implementing EU policies. Law and Justice – the Polish ruling party (PiS) - is planning to shift the center of the coordination system to the PMO for the purpose of centralization and easier control by the Prime Minister (or, as many analysts state, by the leader of PiS), as well as to make it more efficient. This is related not only to the fact that the position of the MFA in Poland is recently rather weak and of the PM quite strong but also to the fact that Poland has been involved in numerous conflicts with the EU institutions over the question of rule of law, which has increased necessity of involvement of politics into Poland-EU relations. However, the planned reform may deprive professional and highly-skilled public administration employees of influence on this process. It can also undermine the Polish participation in the multi-level activities of EU institutions, impeding the Europeanization. Taking into consideration the fact that Polish EU policy is rather reactive, centralizing the system and making it more politicized can bring clearer, better-grounded and stronger voice regarding Polish policy preferences in the EU. However, it can also make this voice more radically nationally-oriented than ever before.

Keywords: coordination of the EU policies, Europeanization, public administration, institutionalization, European policy, EU multi-level governance.

Ref. – 26

Меньковська-Норкієне Р.

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ КООРДИНАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ПОЛІТИКИ: ДОСВІД ПОЛЬЩІ

Стаття являє собою аналіз польської системи координації європейської політики та її запланованих змін, що стосуються як її інституційної структури, так і її поточного правового та інституційного розвитку. Аналіз підтримується розробкою системи координації загальних питань ЄС як одного з найважливіших аспектів європеїзації держав-членів ЄС. Основна теза цієї статті передбачає, що польська система координації не базується на єдиній чіткій моделі (хоча на неї впливали певні рішення, застосовувані в різних моделях), а скоріше непослідовної, розтягнутої між амбіціями щодо включення європейських питань до щоденної діяльності установ державного управління та тенденція розглядати європейські питання як політичний інструмент. Нинішній подвійний координаційний центр у Польщі планується замінити одним головним центром в канцелярії прем'єр-міністра за підтримки міністра закордонних справ. Сильний вплив прем'єр-міністра в моделях координації ЄС зазвичай призводить до централізації та кращої ефективності представлення політичних преференцій на європейському рівні. Для порівняння, системи на чолі з міністром закордонних справ є більш ефективними у здійсненні політики ЄС. Правляча партія «Право та справедливість» планує перенести центр системи координації уряд з метою централізації та полегшення контролю з боку прем'єр-міністра, а також для того, щоб зробити його більш ефективним. Це може позбавити професійних та висококваліфікованих працівників державної адміністрації впливу на цей процес. Це також може підірвати участь Польщі у багаторівневій діяльності інституцій ЄС, що перешкоджає європеїзації. Беручи до уваги той факт, що польська політика ЄС є досить реактивною, централізація системи та посилення її політизації може принести чіткіший, більш обґрунтований та сильніший голос щодо переваг польської політики в ЄС. Однак це також може зробити цей голос більш радикально національно орієнтованим, ніж будь-коли раніше.

Ключові слова: координація політики ЄС, європеїзація, державне управління, інституціоналізація, європейська політика, багаторівневе управління ЄС

Меньковська-Норкієне Р.

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ КООРДИНАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ПОЛІТИКИ: ОПИТ ПОЛЬЩИ

В статті аналізується польська система координації європейської політики і її заплановані зміни, що стосуються як її інституційної структури, так і її поточного правового та інституційного розвитку. Аналіз підтверджується розробкою системи координації загальних питань ЄС як одного з найважливіших аспектів європеїзації держав-членів ЄС. Центральний тезис цієї статті передбачає, що польська координаційна система не ґрунтується на єдиній, чіткій моделі (хоча на неї впливали певні рішення, застосовувані в різних моделях), а скоріше суперечлива і розтягнута між амбіціями щодо включення європейських питань до повсякденної діяльності установ державного управління з тенденцією розглядати європейські проблеми як політичний інструмент. Нинішній подвійний координаційний центр в Польщі планується замінити одним центром в канцелярії прем'єр-міністра, при цьому міністр закордонних справ буде виконувати допоміжну роль. Сильне вплив прем'єр-міністра в моделях координації ЄС зазвичай призводить до централізації та підвищення ефективності представлення політичних переваг на європейському рівні. Для

сравнения, системы, возглавляемые министром иностранных дел, более эффективны в реализации политики ЕС. Правящая партия «Право и справедливость» планирует переместить центр системы координации в правительство с целью централизации и упрощения контроля со стороны премьер-министра, а также для повышения его эффективности. Это может лишить профессиональных и высококвалифицированных работников государственного управления влияния на этот процесс. Это также может подорвать участие Польши в многоуровневой деятельности институтов ЕС, препятствуя европеизации. Принимая во внимание тот факт, что польская политика ЕС является довольно реактивной, централизация системы и ее политизация могут дать более четкий, обоснованный и более сильный голос в отношении предпочтений польской политики в ЕС. Тем не менее, это также может сделать этот голос более радикально ориентированным на национальность, чем когда-либо прежде.

Ключевые слова: координация политики ЕС, европеизация, государственное управление, институционализация, европейская политика, многоуровневое управление ЕС.

Introduction and aim of the article

The article focuses on the analysis of the institutional arrangements of the Polish EU policy co-ordination system in the context of the conditions, evolution and challenges imposed by the plans of Law and Justice, the ruling party in Poland, to shift the center of the system from the Ministry of Foreign Affairs to the Prime Minister's Office. The main research questions answered in the article are: 1) What is the coordination of EU matters and what models of coordination exist in EU Member States? How does coordination contribute to the Europeanization of MS? 2) What is the Polish model of coordination, and what is the reasoning behind it? How has it evolved since Poland started its efforts to join the EU? How is it related to the representation of Polish policy preferences in the EU? How efficient is the Polish coordination system? 3) How has the Polish coordination system functioned since 2015? What changes are planned in the system and what are they expected to bring?

The main thesis of this article states that the Polish coordination system is not based on one clear model, but rather, it has had two main centers of coordination: the PMO and the MFA. Moreover, it has merged the inclusion of European issues into the daily operations of public administration institutions, with the treatment of European issues as a part of foreign policy and political tool in general. The current dual center of coordination will be replaced by one main center in the Prime Minister's Office, limiting the Minister of Foreign Affairs to a supportive role, which will most probably lead to more politicization of the coordination process, thus making it a tool of expression of policy preferences rather than a tool for more efficient Europeanization.

Analysis of relevant/current research and publications

Coordination is a word derived from Latin, meaning: "establishing, ordering various elements, activities to ensure their consistent cooperation, mutual adaptation"¹. The concept of coordination is most often used in management theory and the coordination itself is one of the administrative sub-functions of an enterprise (or other entity), due to which it can function

¹ R. Mieńkowska-Norkiene, *Efektywność koordynacji polityki europejskiej w Polsce. Model teoretyczny, ewaluacja i rekomendacje* (Effectiveness of the coordination of European policy in Poland. Theoretical model, evaluation and recommendations), Warsaw 2013, p. 11, also Dunaj B., *Popularny słownik języka polskiego* (Polish Popular Dictionary), Warsaw 2000.

effectively². Coordination embraces combining, unifying and harmonizing all activities, and efforts to make management efficient. Social science researchers have created a definition that best corresponds to the coordination approach used in this text, namely coordination as "a link between actions or tasks that would otherwise remain separate"³. Coordination of European matters in Member States can be defined as the arrangement and then supervision of coherent activities of various institutions and entities contributing to efficient membership of a state in the EU. „European matters” are defined as all issues related to the membership of the state in the European Union⁴. The co-ordination processes relate to the cooperation of entities on domestic and European levels (however, in this analysis the main impact is placed on domestic coordination) in order to efficiently represent MS policy preferences in European institutions (mainly by presenting MS positions in the Council, but also in other institutions). Due to coordination, EU policies can be efficiently made and then implemented in the political systems of MS, affecting EU citizens. Therefore, it can be stated that coordination contributes strongly to the Europeanization process, as the latter is a process of formal and informal change that takes place in candidate countries, and then European Union member states, in connection with the membership requirements set out in EU law⁵. The consequence of the ongoing process of Europeanization is the inclusion of the nation-state in the multi-level system of EU institutions, in which political relations are implemented through arrangements concluded between the institutions of the Member State, the institutions of the European Union and social entities⁶. The nation-state is gaining a new area of political activity: the European level⁷. Europeanization in Eastern-European MS which joined the EU in 2004 and later is deeper and more multidimensional, as reforms to adapt to EU standards have led to the rebuilding of their institutions of executive power to better coordinate EU policies⁸. Therefore, it is important to consider that the coordination system in Poland (and other “new” MS) is a process that still contains a strong factor of “learning-by-doing”.

Despite the strong influence of Europeanization on “new” MS, numerous authors underline that, in general, coordination systems and the way EU matters are addressed within MS is strongly dependent on the political preferences of the MS. Olsen states: "...the ability of

² D. Pugh, D. Hickson, *Great writers on organizations*, Dartmouth 1993, pp.126-131.

³ H. Kassim, B. G. Peters, V. Wright, *The National Co-ordination of EU Policy Volume 2 The Domestic Level*, Oxford 2001, s. 1-21, also: R. Mieñkowska-Norkiene, *Efektywność koordynacji op. cit.*, p. 11.

⁴ K. Maniokas, *Lithuanian European Policy and its Co-ordination*. In: Vilpišauskas R., Maniokas K., Žeruolis D., *Unification of Europe and Lithuania's EU Accession Negotiation*, Vilnius 2005, p. 441.

⁵ A. Héritier, *Differential Europe: National Administrative Responses to Community Policy*. In: M. Cowles, J. Caporaso, T. Risse (ed.), *Transforming Europe: Europeization and Domestic Change*, New York 2001, pp. 45-59.

⁶ S. Sulowski, *Państwo narodowe w procesie integracji europejskiej*. In: Wojtaszczyk K. A. (ed.), *Wstęp (Introduction), Integracja europejska (European Integration)*, Warsaw 2006, p. 80.

⁷ Miecznikowska J., *Unia Europejska a problem koordynacji polityk wspólnotowych – europeizacja administracji publicznej państw członkowskich (European Union and the problem of coordination of the EU policies – europeanization of public administration of the Member States)*. In: R. Mieñkowska-Norkienė R. (ed.), *Koordynacja polityk unijnych w Polsce (Coordination of the EU policies in Poland)*, Warsaw 2009, p. 31, also: R. Sturm, *Was ist Europäisierung? Zur Entgrenzung und Einbindung des Nationalstaats im Prozess der europäischen Integration*, *Europawissenschaft*, Schuppert G.F./ Pernice I./ Haltern U. (Hrsg.), Baden Baden 2005, p. 103.

⁸ K. Goetz (2001), *Making sense of post-communist central administration: modernization, Europeanization or Latinization?*, *Journal of European Public Policy* 8:6 December, pp. 1036-1042, also: V. Schmidt, *Europeanization of National Democracies : the Differential Impact on Simple and Compound Polities*, *L'Harmattan, Politique européenne* 2004/2 n° 13, pp. 115-142, available at: <https://www.cairn.info/revue-politique-europeenne-2004-2-page-115.htm>, accessed 13.09.2019, also: T. Börzel, T. Risse (2003), *Conceptualizing the Domestic Impact of Europe*, [in:] *The Politics of Europeanization*, K. Featherstone (red.), C.M. Radaelli, Oxford 2003, p. 61.

the European level to penetrate national institutions is not full, universal or permanent (...). Signals from the EU are interpreted and modified by national traditions, institutions, identity and resources. A result of it is limited convergence and uniformity”⁹ (Olsen 2007, p. 481). It seems that in the Polish case, a strong tendency for centralization and the rising resistance of the PiS government towards Europeanization (visible in, i.a., non-implementation and criticism of EU institutions’ decisions, demands for a more intergovernmental approach and in-depth reform of the EU pointed towards less integration, conflicts with the EU regarding the rule of law in Poland and launched procedure under art. 7 TEU) is evidence of certain limitations in the perceived omnipotence of Europeanization. There is no strict legal basis at the European level requiring the creation of certain coordination systems within MS. In article 4 TUE, it is stated that: „The Member States shall take any appropriate measure, general or particular, to ensure fulfilment of the obligations arising out of the Treaties or resulting from the acts of the institutions of the Union. The Member States shall facilitate the achievement of the Union’s tasks and refrain from any measure which could jeopardize the attainment of the Union’s objectives”¹⁰. Therefore, all MS create mechanisms of various complexity for the coordination of EU matters, but they are rooted in national politico-administrative systems. The rationales for establishing certain models of coordination vary. The central determinant for the proper selection of the coordination model is the effectiveness of the solutions adopted, which guarantees that the entire administration will speak in the European forum "with one voice", thus preventing a situation where decisions unfavorable for a given country are adopted, among others¹¹. It is also related to the political system and the strength of its various institutions, the model of public administration, and finally, to political conditions at the moment of choosing the strategic model of coordination (with the latter playing a meaningful role in the change planned in the Polish coordination system). The common feature of MS coordination systems is the presence of specialized structures and transformations within public administration. These mechanisms are designed to monitor the implementation of decisions made by EU institutions in the MS, which involves the need to modify internal administrative structures in order to effectively implement EU law. On the other hand, these structures should effectively coordinate the process of shaping the national position and ensure its effective and consistent presentation in EU institutions¹². There are at least a few different models of coordination in the EU MS. 1) The most well-known model, due to its specificity and efficiency, is based on the existence of a special mechanism devised for the purpose with a specialized institution in the center of the system (sometimes called a British-French-Italian model). In the case of France, it is the Secretariat general du comite interministeriel – SGCI, with the same type of institution in the United Kingdom, and finally the Department of European Policies in Italy¹³. It is worth mentioning that only in the case of France, a junior minister dealing with European matters holds real political influence. The model provides for efficient yet requiring numerous adjustments coordination system. 2) The Belgian-Spanish model is based on the central role of

⁹ J. Olsen, Europeanization. In: Cini M. (ed.), European Union – organization and functioning, Warsaw 2007, p. 481.

¹⁰ Treaty of Lisbon amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community, signed at Lisbon, 13 December 2007, *OJ C 306, 17.12.2007, p. 1–271*.

¹¹ J. Miecznikowska, Unia Europejska a problem koordynacji..., op. cit., p. 43, also: R. Hykawy, Koordynacja polityki europejskiej w państwach członkowskich UE (Coordination of the European policy in the EU member states), Biuletyn analiz UKIE nr 9/2002, s. 121.

¹² J. Jakubek, Czy istnieje polski model koordynacji polityk unijnych? (Is there a Polish model of the EU policies coordination?). In R. Mieñkowska-Norkienė, R. (ed.), Koordynacja polityk unijnych w Polsce (Coordination of the EU policies in Poland), Warsaw 2009, p. 46.

¹³ H. Kassim, B. G. Peters, V. Wright, The National Co-ordination..., op. cit., pp. 90-92.

the MFA, with a special institution providing support (Directorate for European Integration and Coordination, dealing with reconciliation of positions in Belgium and SSEU - a special secretariat within MFA in Spain)¹⁴. This model requires good will of ministries to efficiently manage European matters as well as strong supporting institution. 3) The Danish model is a centralized system of coordination under the MFA with significant political impact placed on European matters. The model provides for the meaningful role of national parliaments, particularly in the preparation of a MS position in EU institutions (a strong mandate). It is also rather formalized¹⁵ 4) The Finnish-Swedish model is a decentralized model, characterized by the large autonomy of individual ministers and a meaningful role of national parliaments. It is also worth mentioning that in this model, a high level of informality is applied. The ministries cooperate within formal and informal frameworks (with regards to this perspective, the model is less proactive). It is worth mentioning, that due to the high level of decentralization and informality, the model is rather flexible and even major changes within its institutional setup have already been implemented numerous times (particularly in Finland, where the center of coordination has been shifted a few times from the MFA to PMO and back¹⁶ 5) In the German model, three main ministries have a leading role in coordinating European matters (MFA, Ministry of Finance and Ministry of Economy). It is worth mentioning that the model is a hybrid of the tendency for centralization, with the Chancellor holding a strong position, as well as the tendency for avoiding extreme situations where German EU policy is steered by only a single person¹⁷. There are, obviously, hybrid and mixed versions of the above-mentioned models.

Before the 2015 Polish parliamentary elections, the so-called „tape scandal” shook the Polish political scene. Politicians were overheard talking in a Warsaw restaurant and the recordings were made public. In one of the conversations, the Polish Minister of the Interior, Bartłomiej Sienkiewicz, called Poland „a theoretical state,” an assertion based on the weak coordination of activities between different institutions of the Polish political system. Coordination of European matters is crucial for presenting a coherent vision of Poland in Europe, representing Polish political preferences and positions in European institutions, implementing the EU policies, representing Poland in the Court of Justice of the EU, and, finally, in defining the Polish position as a EU member on the international stage.

After deciding to join the EU and receiving the green light from the Communities and their MS, Poland undertook efforts to build an efficient system of coordination of European matters for the pre-accession period, and later membership. It is worth mentioning that the pre-accession period for all candidate countries is usually a time of relatively reactive European policy. Preparation for accession mainly requires adjustment of the state’s politico-administrative system for membership, which actually means it provides for better orientation in European policy-making, while not yet having real influence on decision-making¹⁸. In 1994, Poland started to implement serious changes in the structures of its public administration in order to prepare itself for membership, mainly by dividing competences between the three

¹⁴ Ibidem, 90-92.

¹⁵ B. Jacobsson, P. Lægheid, O. Pedersen, *Europeanization and Transnational States Comparing Nordic central governments*, New York (Routledge) 2004, pp. 11-113.

¹⁶ R. Mieñkowska-Norkiene, *Koordinacja polityk wspólnotowych na Litwie, Łotwie i w Estonii*, praca doktorska, załącznik z wywiadami, Warszawa 2009.

¹⁷ H.-U. Derlien, Germany. In: Kassim H., Peters G., Wright V., *The National Co-ordination...*, op. cit., pp. 54-77.

¹⁸ R. Mieñkowska-Norkiene, *Efektywność koordynacji polityki europejskiej w Polsce. Model teoretyczny, ewaluacja i rekomendacje* (Effectiveness of the coordination of European policy in Poland. Theoretical model, evaluation and recommendations), Warsaw 2013, p. 36, also: COREPER solutions for candidate countries, Doc. 14303/02, Elarg 373 of 15 November 2002 r.

points of a triangle: the *Office* of the Committee for European Integration (UKIE – existing since 1996), the MFA, and the Government Plenipotentiary for Poland's Accession Negotiations To the European Union. The main body given the coordinating function during this period was the Committee for European Integration (KIE). The development of a relatively permanent internal structure of the Ministry of Foreign Affairs was accompanied by both qualitative and quantitative changes¹⁹. The model chosen by Poland was strongly inspired by French coordination arrangements. However, it evolved to become similar to the Spanish model by the date of accession. Interestingly, the Polish pre-accession model of coordination didn't change for more than 5 years after accession²⁰, as it only included a few new competences and some structural changes in individual ministries and the most important institutions from outside of public administration (e.g. Central Bank). The leading role of the MFA was a logical result of pre-accession institutional efforts when the EU and the MS were still subject to diplomatic relations mainly. However, it did not create proper conditions for the high efficiency of Polish representation in the interests in the EU. According to the so-called Metcalfe's scale, as well as World Bank benchmarks, the Polish coordination system was evaluated in 2009 as far from efficient (2 out of 9 points and 0,5 out of 4 accordingly)²¹. Since the reform of the Polish co-ordination system, its efficiency according to these scales has risen, and it also improved regarding policy preference aspects (however, this is a topic for a separate article). Poland has also performed rather poorly regarding implementation of the EU law (it has always performed poorer than the EU-28 average, according to EC Annual Report 2017). However, it is worth mentioning that during the first term under PiS rule, Poland's coalition capacity in the EU has certainly weakened. This can be proved by the comparison of the results of voting in the European Council. During the second term of office of Prime Minister Tusk, 7.5% of votes ended with the outvoting of Poland by other MS. In the case of Beata Szydło as PM, this ratio increased to nearly 18% and has a growing tendency. The most spectacular manifestation of this difference was the seclusion of Poland when voting on the re-election of Donald Tusk for the position of president of the EU Council²². Polish European policy has always been reactive rather than active, which could be related to the fact that the coordination system has not been established as strong and with enough complexity to provide for efficient negotiation and coalition-building power at all stages of the EU policy- and decision-making processes²³.

The most important legal provisions regarding this issue are primarily art. 9, 90 and 91 of the Polish Constitution, stating that Poland should respect binding international agreements. Important legislative step towards establishment of the coordination system was the adoption of the Act of 11 March 2004 on the cooperation of the Council of Ministers with the Sejm and Senate in matters related to the membership of the Republic of Poland in the European Union, and the Act of 6 May 2005 on the Joint Commission of Government and Territorial Self-

¹⁹ R. Tabaszewski, *Struktury koordynacji polityki europejskiej w Polsce (Structures of coordination of the European policy in Poland)*, *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia* VOL. XVIII, 1 SECTIO K 2011, p. 53.

²⁰ J. Jakubek, *Czy istnieje polski model koordynacji...*, op. cit., p. 50.

²¹ EU-8 Public Administration Reform and Capacity in the EU-8 Poland. Background Paper September 2006, Report Number: 36930-GLB, also: Mieñkowska-Norkiene R., *Efficiency of Coordination of European Policies at Domestic Level – Challenging Polish Coordination System*, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Volume 143, Elsevier 14 August 2014, p. 869.

²² A. Balcer, P. Buras, G. Gromadzki, A. Smolar, *Jaka zmiana? Założenia i perspektywy polityki zagranicznej rządu PiS*, Fundacja im. Stefana Batorego, Warszawa 2017, p. 33, also: <http://www.votewatch.eu/blog/polish-approach-weakens-v4s-leverage-to-influence-the-future-of-europe/>, accessed 21 December 2019.

²³ Z. Czachór, A. Jaskulski, J. Jańczak, R. Mieñkowska-Norkiene, P. Tosiek P., *Polish European Policy 2004-2014 Ideas, Aims and Actors*, Berlin 2019, pp. 41-48.

Government and representatives of the Republic of Poland in the Committee of the Regions of the European Union - KWRiST²⁴. The first Act established cooperation between legislative and executive branches, sometimes causing delays and problems. Therefore, this area (particularly taking into consideration the challenges of subsidiarity rule) requires improvements in the Polish coordination system.

In 2009, the coordination system in Poland was changed (even as the process started earlier). Namely, the KIE was fully replaced by the European Committee of the [Polish] Council of Ministers (KERM), which has functioned since 2010 as the Committee for European Affairs (KERM and KIE functioned in parallel for a few years), located in the PMO and reporting to the PM. This resulted in a shift of numerous competencies in European matters from the MFA to the PMO and the inclusion of UKIE in the MFA (with limited influence on the coordination process). The main legal acts influencing the system since 2009 were: the Act of 27 August 2009 on the Committee for European Affairs and the Act of 3 April 2009, amending the act on government administration departments. It is very important to mention that the reform was necessary to efficiently prepare the Polish Presidency in the Council of the European Union (2011). Presidency is a factor that presents a strong challenge to the coordination system and it seems that Poland has passed the Presidency test with quite a good mark²⁵. Therefore, the following reform of the system has been only recently announced by the Polish PM Mateusz Morawiecki. The core of the reform is the shift of the center of EU matters coordination from the MFA to the PMO (mainly, to three departments), making the minister of European affairs accountable to the PM. The expected result of the reform is the strengthening of the coordination system, its centralization, clarification of Polish policy preferences and political grounding, and better orientation of the PM in matters related to economy, environment, energy and other matters equally important on the European level. It seems that the system will become also much more politicized and less based on the professional capacities of the Polish public administration dealing with European matters. This is related not only to the fact that the position of the MFA in Poland is recently rather weak (in one of his speeches PiS leader called Jacek Czaputowicz “an experiment”) and of the PM quite strong but also to the fact that Poland has been involved in numerous conflicts with the EU institutions over the question of rule of law, which has significantly increased necessity of involvement of politics into Poland-EU relations²⁶. The proposed solution does not seem to bring Poland closer to any specific coordination model, but rather seems to combine even more different institutional solutions than before. Paradoxically, this may deepen the institutional chaos in the EU matters’ coordination.

Conclusions

The Polish coordination system does not fit into any of the most common models of EU policy coordination. Instead, it is a hybrid, chaotic version of a system with a dual center (MFA and PMO), where decentralization is steadily challenged by the tendency to centralize, and where sectoral ministries have relatively large autonomy, but are nevertheless steadily challenged by the MFA, PM, the minister responsible for European affairs (yet with weak political power as a deputy minister in MFA), and (since 2015), by strong political leader of PiS. The Polish system has evolved from a model inspired by the French system, with UKIE being a central technical coordination institution possessing strong capacities in this field, to the Spanish model, and finally, to a disordered mixture of different models. The reform

²⁴ J. Jakubek, *Czy istnieje polski model...*, op. cit., p. 51.

²⁵ R. Mieñkowska-Norkiene, *Efektywność koordynacji...*, op. cit., pp. 87-92.

²⁶ Barcz J., *Unia Europejska wobec niepraworządnego państwa członkowskiego*, *Państwo i Prawo* 2019, No 1, pp. 3-11.

proposed by PiS is based on the shift of competences related to EU policy from the MFA to the PMO. This solution will centralize the system, strengthen the power of the PM over European matters, and may also make Polish positions more politicized and more prone to the influence of Jarosław Kaczyński or any party leader. Such a reform also carries the threat of interruption of institutional memory of the MFA in the field of European matters, making contact with representatives of other MS while negotiating proposals of legal acts more difficult, and finally causing institutional chaos in the period of the most challenging negotiations at the European level, namely those regarding the MFF for the time period of 2021-2027. However, considering the fact that Polish EU policy is rather reactive, centralizing the system and making it more politicized can bring clearer and better-grounded positions (based not only on technical work of ministries but also on compromises on the entire governmental level), as well as a stronger voice regarding Polish policy preferences in the EU. One can only hope that – in the recent conditions of serious conflicts of Poland with the EU institutions - these preferences do not gradually lead to a Polexit.

REFERENCES

- Barcz J., Unia Europejska wobec niepraworządnego państwa członkowskiego, Państwo i Prawo 2019, No 1
- COREPER solutions for candidate countries, Doc. 14303/02, Elarg 373 of 15 November 2002 r.
- Czachór Z., Jaskulski A., Jańczak J., Mieñkowska-Norkiene R., Tosiek P., Polish European Policy 2004-2014 Ideas, Aims and Actors, Berlin 2019
- Derlien H.-U., Germany. In: Kassim H., Peters G., Wright V., The National Co-ordination of EU Policy Volume 2 The Domestic Level, Oxford 2001
- Dunaj B., Popularny słownik języka polskiego (Polish Popular Dictionary), Warsaw 2000
- EU-8 Public Administration Reform and Capacity in the EU-8 Poland. Background Paper September 2006, Report Number: 36930-GLB
- Goetz K. (2001), Making sense of post-communist central administration: modernization, Europeanization or Latinization?, Journal of European Public Policy 8:6 December
- Héritier A., Differential Europe: National Administrative Responses to Community Policy. In: Cowles M., Caporaso J., Risse T. (ed.), Transforming Europe: Europeanization and Domestic Change, New York 2001.
- <https://www.votewatch.eu/blog/polish-approach-weakens-v4s-leverage-to-influence-the-future-of-europe/>; accessed 12 December 2019
- Jacobsson B., Lægread P., Pedersen O., Europeanization and Transnational States Comparing Nordic central governments, New York (Routledge) 2004
- Jakubek J., Czy istnieje polski model koordynacji polityk unijnych? (Is there a Polish model of the EU policies coordination?). In R. Mieñkowska-Norkienė, R. (ed.), Koordynacja polityk unijnych w Polsce (Coordination of the EU policies in Poland), Warsaw 2009
- Judgment of the Court of 12 January 1994. Commission of the European Communities v Italian Republic. Case C-296/92
- Kassim H., Meeting the Demands of EU Membership: The Europeanization of the National Administrative Systems. In: Featherstone K., Radaelli C. M. (ed.) The Politics of Europeanization, Oxford 2003
- Maniokas K., Lithuanian European Policy and its Co-ordination. In: Vilpišauskas R., Maniokas K., Žeruolis D., Unification of Europe and Lithuania's EU Accession Negotiation, Vilnius 2005
- Metcalf L., Trends in European Public Administration, Stockholm: Statsforvaltningens Internationalisering 1993

Michoński A., Nowak-Far A., Rola administracji rządowej w koordynacji polityki krajowej wobec Unii Europejskiej (Role of the government administration in coordination of the domestic policy towards the European Union), Służba Cywilna (Civil Service) No 6/2003, pp.7–36

Miecznikowska J., Unia Europejska a problem koordynacji polityk wspólnotowych – europeizacja administracji publicznej państw członkowskich (European Union and the problem of coordination of the EU policies – europeanization of public administration of the Member States). In: R. Mieñkowska-Norkienė R. (ed.), Koordynacja polityk unijnych w Polsce (Coordination of the EU policies in Poland), Warsaw 2009

Mieñkowska-Norkiene R., Efektywność koordynacji polityki europejskiej w Polsce. Model teoretyczny, ewaluacja i rekomendacje (Effectiveness of the coordination of European policy in Poland. Theoretical model, evaluation and recommendations), Warsaw 2013

Mieñkowska-Norkiene R., Efficiency of Coordination of European Policies at Domestic Level – Challenging Polish Coordination System, Procedia – Social and Behavioral Sciences, Volume 143, Elsevier 14 August 2014

Olsen J., Europeanization. In: Cini M. (ed.), European Union– organization and functioning, Warsaw 2007

Risse-Kappen T., Exploring the Nature of the Beast: International Relations Theory and Comparative Analysis Meet the European Union, Journal of Common Market Studies 34(1) 1996

Sulowski S., Państwo narodowe w procesie integracji europejskiej . In: Wojtaszczyk K. A. (ed.), Wstęp (Introduction), Integracja europejska (European Integration), Warsaw 2006

Tabaszewski R., Struktury koordynacji polityki europejskiej w Polsce (Structures of coordination of the European policy in Poland), Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia VOL. XVIII, 1 SECTIO K 2011.

DOI 10.31558/2307-2318.2019.4.23

УДК 165.611:330.342.146:061.1ЄС

Надольська Я., докт. полит. наук, факультет политических наук и международных исследований, Варшавский университет

Павленко И., докт. экон. наук, факультет политических наук и международных исследований, Варшавский университет

ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ ЕВРОПЕЙСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ НЕОФУНКЦИОНАЛИЗМА

Целью статьи является анализ формирования европейской социальной политики на основе неофункциональной парадигмы европейской интеграции. Основная гипотеза статьи заключается в том, что развитие социальной интеграции в Европейском союзе (ЕС) обусловлено, прежде всего, необходимостью построения единого рынка, поэтому в этом процессе видно явное преимущество регулирующих инструментов (гармонизация европейского трудового законодательства) над перераспределительным (предельное развитие общеевропейских социальных благ). Создание перераспределительных инструментов на наднациональном уровне в соответствии с неофункциональной теорией ограничено логикой *spillover* механизма. Основным методом исследования, используемый для проверки принятых допущений исследования, - это институциональный и правовой анализ.

Первая часть статьи будет интерпретировать европейскую интеграцию с точки зрения неофункционализма. Далее будут обсуждаться правовые основы европейской социальной политики, изложенные в Договоре о создании Европейского экономического сообщества. Повышение регулятивной компетенции ЕЭС/ЕС в этой области будет интерпретироваться с использованием функционального, политического и культурного *spillover* механизма, и тезиса о европейской социализации элит, которые являются осью неофункциональной теории интеграции.

Ключевые слова: европейская социальная политика, неофункционализм, европейская интеграция, функциональный *spillover*, культурный *spillover*, политический *spillover*, европейская социализация элиты.

Лит. - 19

Надольська Я., Павленко І.

ИНСТИТУЦИОНАЛІЗАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ З ТОЧКИ ЗОРУ НЕОФУНКЦИОНАЛІЗМУ

Метою статті є аналіз формування європейської соціальної політики на основі неофункціональної парадигми європейської інтеграції. Основна гіпотеза статті полягає в тому, що розвиток соціальної інтеграції в ЄС обумовлено, перш за все, необхідністю побудови єдиного ринку, тому в цьому процесі явно переважають регулюючі інструменти (гармонізація європейського трудового законодавства) над перерозподільними (граничний розвиток загальноєвропейських соціальних благ). Створення перерозподільних інструментів на наднаціональному рівні відповідно до неофункціональної теорії обмежена логікою механізму *spillover*. Інституційно-правовий аналіз був використаний для перевірки прийнятих припущень щодо досліджень.

В статті інтерпретовано європейську інтеграцію з точки зору неофункціоналізму. Правові основи європейської соціальної політики, викладені в Договорі про створення Європейського економічного співтовариства. Підвищення регулятивної компетенції ЄС/ЄС в цій галузі була інтерпретована через використання функціонального, політичного і культурного механізму *spillover*, і тези про європейську соціалізацію еліт, які є віссю неофункціональної теорії інтеграції.

Ключові слова: європейська соціальна політика, неофункціоналізм, європейська інтеграція, функціональний *spillover*, культурний *spillover*, політичний *spillover*, європейська соціалізація еліти.

Nadolska J., Pavlenko I.

INSTITUTIONALIZATION OF EUROPEAN SOCIAL POLICY FROM THE PERSPECTIVE OF NEO-FUNCTIONALISM

The subject of the article is the institutionalization of European social policy from the perspective of neo-functionalism – a theory which from the 1950s aspires to a comprehensive explanation of the process of European integration. The institutionalization process of the European Union's sectoral policy is a process of acquiring the power by EU to shape a given policy. Its purpose is to create a set of legal norms and institutions that transfer partial or full competence to undertake regulatory actions to the EU bodies from the EU level (definition of policy objectives, establishment of instruments, means and methods of its implementation, implementation of specific tasks, policy evaluation, etc.).

The article discusses the legal foundations of European social policy written in the treaty establishing the European Economic Community (1957). The increase in EC / EU regulatory competence in the area of social affairs that has been taking place since that time is interpreted by using a functional, political and cultivated spillover mechanism and the thesis on the European socialization of the elites, which are the axis of the neo-functional integration theory. Institutional and legal analysis is used to verify the adopted research assumptions.

Keywords: European social policy, neo-functionalism, European integration, functional spillover, cultivated spillover, political spillover, European elite socialization.

Publikacja finansowana w ramach programu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego pod nazwą "DIALOG" w latach 2019-2021. Projekt zrealizowany przez Katedrę Prawa i Instytucji Unii Europejskiej Wydziału Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Warszawskiego.

Publication financed under the program of the Minister of Science and Higher Education under the name "DIALOG" in 2019-2021. Project carried out by the Chair of Law and Institutions of the European Union, Faculty of Political Science and International Studies, University of Warsaw.

Постановка проблеми. Предметом исследования является институционализация европейской социальной политики с точки зрения неофункционализма. Процесс институционализации секторальной политики Европейского Союза - это процесс приобретения ЕС полномочий по формированию данной политики. Он основывается на создании набора правовых норм и институтов, которые передают органам ЕС частичную или полную компетенцию для осуществления регулирующих действий на уровне ЕС (определение целей политики, установление инструментов, средств и методов ее реализации, выполнение конкретных задач, оценка политики и т.д.).

Неофункционализм - это теория региональной интеграции. Согласно ее предположениям, процесс интеграции происходит, тогда, когда заинтересованные в сотрудничестве страны имеют достаточно высокий уровень экономического развития, развитые плюралистической социальной структурой и связанных между собой общностью ценностей [6]. Эта теория наиболее близко приблизилась к практике европейской интеграции - в 1960-е годы, и, казалось, она, в полной мере объяснила процесс интеграции в Европейском Сообществе [3].

Анализ основных исследований. Исследования по институционализации европейской социальной политики проводились У. Анджело [2], а в теоретической перспективе - Г. Фалькнером [7], С. Лейбфридом, П. Пирсоном [11], Г. Маджоне [12], Г. Росс [15], Ф.В. Шарпф [16] и К. Стрёмби-Йенсен [17]. Временной диапазон этих аналитических исследований закончился в начале 2000-х годов. Поэтому, представляется целесообразным расширять перспективу исследования, анализируя

происходящие процессы в европейской социальной политике в первых двух десятилетиях XXI века.

Целью данной публикации является изучение степени, в которой *spillover* механизм, является осью неофункциональной теории интеграции, является адекватным объясняющим инструментом для интерпретации процесса социальной политики в рамках Европейского Сообщества / ЕС.

В начале исследования будут представлены предположения о функциональном, политическом и культурном *spillover*, и будет обсуждаться концепция европейской социализации элит. В основной части статьи они послужат отправной точкой для анализа формирования наднациональных институциональных рамок европейской социальной политики.

Основная гипотеза статьи заключается в том, что прогресс социальной интеграции в Европейском союзе обусловлен, прежде всего, необходимостью построения единого рынка, что нашло отражение в относительно продвинутой гармонизации европейского трудового права с незначительным развитием транснациональных инструментов перераспределения. Введение общеевропейских социальных льгот в соответствии с неофункциональной теорией ограничено логикой *spillover* механизма. Социальные льготы - это инструменты, ограничивающие свободный рынок и не поддерживающие его расширение. Расширение негативной рыночной интеграции, проявляющееся в устранении экономических барьеров при создании единого рынка, в области позитивных политических действий, состоящих в преднамеренной корректировке перераспределительных несовершенств рынка, есть маловероятен.

Изложение основного материала. Основные усилия неофункционалистов направлены на анализ динамики и траекторий европейской интеграции, включая, в частности, определение факторов, стимулирующих переход от экономической интеграции к политической интеграции [3]. По мнению неофункционалистов, *spillover* механизм играет ключевую роль в этом процессе. Это означает самопроизвольное распространение интеграции в соответствии с картой функциональных связей, возникающих между смежными областями государственной политики. Как подчеркивают неофункционалисты, достижение поставленной цели в рамках одной политики очень часто зависит от сотрудничества в области последующей политики. И это структура взаимозависимостей, которая постоянно сбрасывает неофункциональное давление, чтобы охватить сотрудничество новых зон и форм сотрудничества. Весь процесс происходит постепенно, создание зоны свободной торговли создает давление на таможенный союз, в последствии - общий рынок, валютный союз, экономический и политический союз, и наконец, политический союз государств-членов [4, 5, 6, 7, 18].

В рамках механизма разливающейся интеграции, неофункционалисты различают *spillover функциональный (functional spillover)*, который происходит главным образом в экономической сфере. Это влияние воздействия единого рынка и его потребностей на другие секторы политики. Согласно этой предпосылке, интеграция входит в другие области политики настолько, насколько это необходимо для достижения целей единого рынка. Функциональный *spillover* усиливается политическим и культурным *spillover*.

Политический spillover (political spillover) подразумевает слияние определенных областей политики не из-за их функциональных или технократических связей, а из-за их политических интересов. Его проявлением являются связанные сделки, позволяющие защитить интересы всех заинтересованных сторон, что чаще всего происходит при внесении изменений в договоры [18].

В свою очередь, *культивируемой spillover (cultivated spillover)* являются результатом действий, предпринятых на основе вдохновения и в интересах наднациональных учреждений. Основные органы ЕС – Еврокомиссия, которая чаще всего играет эту роль – пытаются осуществить свои амбициозные планы по углублению интеграции, несмотря на сопротивление государств-членов, которое часто встречается. Поэтому процесс интеграции поддерживается деятельностью наднациональных институтов, то есть создает у них видение интеграции как в вертикальном, так и в горизонтальных измерениях [5, 18].

Экспозиция *spillover* механизма в качестве основной концепции неофункционализма может указывать на то, что интеграция является неизбежным и автоматическим процессом, хотя это не так. Неофункционалисты отводят наднациональным институтам и транснациональным группам интересов одинаково важную роль в развитии интеграции. Согласно тезису о европейской социализации элит, чиновники ЕС, вовлеченные в процесс интеграции, годами ориентируются на этот процесс и переносят свою лояльность с национального уровня на наднациональные институты. В процессе интеграции последние создают свои наднациональные политические интересы и стремятся к их реализации. Группы интересов также являются важными составляющими интеграции. Они также приобретают транснациональную ориентацию, интегрируясь и трансформируясь в транснациональные структуры. Они поддерживают процесс интеграции, потому что видят преимущества его развития для достижения своих собственных целей. Поэтому они становятся естественными союзниками Комиссии. С этой точки зрения интерес группы является одним из важнейших двигателей интеграции. По мнению неофункционалистов, именно эксперты и бизнес-элиты продвигают интеграцию с «деликатным консенсусом» [18]. Проект обретает легитимность благодаря удобству и простоте в использовании, т.е. в эффективности проводимой европейской политики. Пока это отвечает социальным потребностям (обеспечивает процветание в условиях спокойствия), оно поддерживается гражданами [9, 10].

Регулирующие полномочия Сообщества в области социальной политики, определенные в Договоре об учреждении Европейского экономического сообщества (1957), были весьма ограничены. В конце 1950-х годов среди западноевропейской элиты преобладало убеждение, что прогресс в социальной сфере в Европейского Сообщества будет последовательным, наряду с экономическим ростом, стимулируемым либерализацией внутреннего рынка. В главе Римского договора, посвященной социальной политике, Комиссией по ст. 118 была предоставлена только возможность содействия сотрудничеству между государствами-членами в области социальных вопросов, «проводя обучение, публикуя мнения и организовывая консультации как по проблемам, возникающим на национальном уровне, так и по проблемам, представляющим интерес для международных организаций» [19]. Сфера сотрудничества охватывала: занятость, трудовое право и условия труда, обучение и профессиональное развитие, социальное обеспечение, защиту от несчастных случаев и профессиональных заболеваний, гигиену труда, право на объединение в профсоюзы и трудовые коллективы, между работодателями и работниками. Статья 118 Трактата ЕЭС (ТЕЭС)-(Договор о создании Европейского экономического сообщества) не наделяла Комиссию правом инициировать законодательный процесс в указанных областях социальной политики. Кроме того, договор предусматривает гарантию равной оплаты за равный труд для обоих полов (статья 119), установлено право на оплачиваемый отпуск (статья 120), возможность введения совместных мер, связанных с социальным обеспечением

трудоустройства-мигрантов (статья 121), создание Европейского Социального Фонда (статьи 123–127) и политики профессионального обучения (статья 128). Меню социальной политики на фоне 248 статей договора было очень скромным. Это было следствием ранее неудачных попыток интенсифицировать сотрудничество в политической и оборонной сферах. После фиаско в первой половине 50-х годов XX века Европейское Политическое Сообщество и Европейское Оборонительное Сообщество годами обвинялись в создании федеративной структуры в Европе, и переориентирование европейской интеграции на более безопасную, из-за чисто экономических проблем. Социальная политика в этом проекте получила компенсирующую роль в достижении главной цели интеграции, которая после 1957 года стала основой создания общего рынка. Следует подчеркнуть, что единственная прямая компетенция Сообщества в области социальной политики в соответствии с первоначальным Договором о ЕЭС (Европейском Экономическом Сообществе), как это ни парадоксально, была расположена вне названия по социальной политике. В статье о свободном передвижении лиц, услуг и капитала определяются принципы свободного передвижения работников (статьи 48–51) [2].

В соответствии с предположениями о неофункционализме, вероятность развития европейской социальной политики должна возрасти, в ситуации, когда достижение других важных целей Европейского Сообщества / ЕС будет заблокировано отсутствием сотрудничества в социальной сфере.

В рамках европейской интеграции большинство функциональных связей можно наблюдать на стыке между созданием внутреннего рынка и введением правил, касающихся свободного перемещения рабочей силы и рабочей среды [5, 17]. Как подчеркивали Стефан Лейбфрид и Пол Пирсон, динамика создания единого рынка означала, что, несмотря на очень ограниченные полномочия Комиссии в сфере социальной политики, стало невозможно исключать социальные вопросы из разбирательств Европейского Сообщества [11]. Для осуществления свободного передвижения работников в рамках Европейского Сообщества возникла необходимость в создании системы Сообщества для признания образования трудоустроенных-мигрантов и обеспечения координации национальных систем социального обеспечения. Частью феномена функционального *spillover* в этой области был результат юридического права Европейского Суда (в настоящее время Суда ЕС). Это понятие включает в себя широкое толкование концепции «семьи», имеющей право сопровождать трудоустроенного-мигранта, и широкое толкование концепции социальных или налоговых льгот, которые должны в равной степени предоставляться трудоустроенным-мигрантам и местным работникам. Распространение обязательства по выплате пособий в рамках координации систем социального обеспечения лицам, проживающим на территориях других государств-членов, также существенно повлияло на европеизацию национальных систем социального обеспечения [7].

Широкая интерпретация Суда ЕС также может рассматриваться как проявление функционального и политического *spillover* эффекта после юридических жалоб, направленных с середины 1970-х годов гражданами государств-членов ЕС на дискриминационную практику, которая нарушает принцип равной оплаты труда мужчин и женщин, закрепленный в ст. 119 ТЕЭС. В своих решениях Суд ЕС распространял принцип равной оплаты труда мужчин и женщин на коллективные договоры, одинаковую работу за пределами одного и того же рабочего места, неоплачиваемые элементы вознаграждения и равную работу, выполняемую на разных должностях. Подписывая Римские договоры, правительства государств-членов не ожидали столь далеко идущих последствий этого положения, а именно, что национальное

законодательство и индивидуальные трудовые договоры будут аннулированы судебными жалобами по ст. 119 ТЕЭС [7].

Прогрессирующее устранение торгово-технических барьеров, после 1957г, в рамках создания общего рынка систематически входило в сферу национальных правил, регулирующих рабочую среду, или мер, установленных для защиты потребителей (положения, защищающие здоровье и/или обеспечивающие безопасность на рабочем месте) [12]. Это усилило давление на гармонизацию трудового законодательства в ЕС. Следует подчеркнуть, что, несмотря на недостаточную договорную компетенцию Комиссии, инициировать законодательную процедуру в области социальной политики, с начала 1960-х годов регулярно проводилась гармонизация европейского трудового законодательства. Какова была правовая основа для принятия норм Сообщества? Статьи 100 и 235 ТЕЭС, устанавливающие вспомогательные компетенции ЕС, оказались воротами для принятия согласованных мер в области условий труда. Эти статьи позволили Сообществу принять директивы по предложению Комиссии после единогласного голосования в Совете при условии, что предпринятые действия оказали непосредственное влияние на создание или функционирование общего рынка или были необходимы для достижения в рамках функционирования общего рынка одной из целей Сообщества [19]. Положения трудового законодательства, а именно о гендерном равенстве при найме на работу, охране здоровья и безопасности работников, праве на информацию работников в случае коллективного увольнения, передачи компаний или несостоятельности работодателя были последовательно приняты государствами-членами в 1960-х, 1970-х и 1980-х годах на основании вышеупомянутых двух статей. Вторая половина 1970-х годов, когда эти процессы наиболее усилились, даже была названа «золотым веком гармонизации» европейского законодательства о труде и социальном обеспечении [2]. Предпринятые действия стали результатом размышлений институтов ЕС о негативном влиянии различных трудовых норм в равных возможностях для экономических субъектов, действующих на общем рынке. Это привело к тому, что Сообщество приняло ряд минимальных положений, несмотря на явление «ловушки совместного решения», а именно, принцип единогласного голосования, принятого для вспомогательной компетенции ЕС [7]. Следующие этапы создания общего рынка, то есть программа «Внутренний рынок», учрежденная в Едином Европейском Взаимодействии (ЕЕВ) в 1986 г., привели к принятию мер по гармонизации защиты беременных и кормящих работников (1992 г.), молодых работников (1994 г.), рабочих в командировке (1996 г.). В более долгосрочной перспективе были сформулированы директивы, устанавливающие обязательство работодателя информировать работников об условиях, применимых к контракту или трудовым соглашениям (1991 г.), и вводить минимальные периоды ежедневного и еженедельного отдыха и ежегодного отпуска (1993 г.).

Экономические потребности, то есть нехватка работников на рынках труда ЕС, также лежали в основе создания структуры ЕС для приема работников из третьих стран (голубая карта, регулирующая правила приема и работы в ЕС квалифицированных работников из третьих стран в 2009 году и директива, регулирующая сезонную работу в 2014 ЕС).

Что касается перераспределительного аспекта социальной интеграции, то влияние функционального механизма *spillover* эффекта было очевидно в создании правовой основы для поддержки Сообществом в рамках Европейского Социального Фонда профессиональной переподготовки, сокращения рабочего времени и смены места жительства сотрудников. Эти мероприятия были направлены на улучшение

возможности трудоустройства работников на внутреннем рынке (повышение их географической и профессиональной мобильности Общественности).

Эти примеры ясно показывают, что положения, облегчающие экономическую миграцию внутри Европейского Сообщества / ЕС и организацию рабочей среды, были введены по специальному «заказу» внутреннего рынка [7].

Политический *spillover* подразумевает интеграцию определенных областей политики в соответствии с политическими интересами основных игроков, которые могут повлечь за собой многочисленные взаимосвязанные сделки. Примером таких действий стала реализация французского постулата о принятии в договоре, устанавливающего положения Европейского Экономического Сообщества против дискриминации в отношении женщин в сфере занятости, и попытка французского министра Ги Молле на переговорах о создании ЭЭС гармонизации социальных норм и налогового бремени в качестве предварительного условия для интеграции промышленных рынков. Повышение социальных стандартов до относительно высоких французских норм было требованием этой страны в обмен на согласие создать общий рынок. Столкнувшись с широким кругом требований, которые необходимо решить - открытием рынков для французского сельского хозяйства и поддержкой бывших колоний, в пакете соглашения Франция получила только обязательство других правительств увеличить социальную защиту на национальном уровне [16]. Франция также была основным сторонником создания правовых рамок для проведения европейской политики занятости, закрепленной в Амстердамском договоре (1997). При разработке конкретных принципов Европейской Стратегии Занятости Франция согласилась ввести систему штрафов за нарушение бюджетной дисциплины в рамках предлагаемого валютного союза [2].

Кроме того, политический *spillover* в области социальной политики следует отнести к повышению способности Европейского Сообщества / ЕС принимать решения в области социальных вопросов. Это нашло отражение в расширении Единого Европейского Акта, а затем в соответствии с Соглашением о социальной политике, прилагаемым к Маастрихтскому договору (1992 г.), о возможности квалифицированного большинства голосов в Совете в области социальных вопросов (первоначально только в соответствии с нормами здравоохранения и безопасности работников, затем также в области условий труда, информирования и консультирования работников, гендерного равенства в сфере занятости и интеграции людей, уволенных с рынка труда). Эти положения были окончательно утверждены в Амстердамском договоре (1997 г.). С принятием Лиссабонского договора (2007 г.) Хартия Основных Прав также придает юридическую ценность, равную договорам, которая может быть интерпретирована как проявление воздействия политического *spillover*.

Культивируемый *spillover* проявляется в поддержке процесса европейской интеграции наднациональными институтами. На протяжении всего периода европейской интеграции Комиссия была инициатором наиболее важных инициатив в сфере социальной интеграции. Комиссия была автором программных предположений для первой программы действий в области социальной политики, принятой Советом в 1974 году, и инициировала последующие программы. Комиссия выполняла в полной мере свою роль акушерки социальной интеграции в конце 1980-х и начале 1990-х годов, когда ее председателем был французский социалист Жак Делор²⁷. Его видение будущего интеграции включало параллельное построение экономического и валютного союза и европейского социального пространства. За это время на уровне институтов Сообщества

²⁷ Жак Делор был председателем Комиссии в течение двух сроков в 1985-1994 гг.

появилось много инициатив по усилению социального измерения интеграции [18]. Перед сообществом встала, помимо других проблем, проблема "социального демпинга", возникающего как часть прогресса в достижении единого рынка. Государствам-членам было рекомендовано сотрудничать в социальной политике и политике рынка труда для противодействия этому явлению [17]. По мере приближения концепции экономического и валютного союза Комиссия стала активным сторонником включения социальных партнеров в законодательный процесс. Ее действия в этом измерении были отражены, среди прочего в изменениях, внесенных в Единый Европейский Акт, в котором в ст. 118a было введено положение о развитии социального диалога между социальными партнерами. По инициативе Комиссии были разработаны проекты директив по европейским рабочим советам (1995 г.) и по регулированию нетипичной занятости (1990 г.). В 1989 году также по инициативе Комиссии была принята Карта Основных Социальных Прав Работников в форме политической декларации, в которую Комиссия включила план принятия конкретных правовых мер в виде директив, позволяющих осуществлять принципы, содержащиеся в Карте. Осуществление Протокола о социальной политике, прилагаемого к Маастрихтскому договору [7, 15, 17], также можно рассматривать как результат деятельности Комиссии. Вдохновленный Комиссией, он был разработан и принят в ответ на рост социального неравенства в ЕС в результате экономического кризиса 2008+ Европейская Опора Социальных Прав (2017). Он представил новые социальные права для граждан ЕС и упорядочил существующие. Его основной недостаток заключается в том, что он остается лишь сводом правил и не накладывает обязательства предоставлять или гарантировать конкретные права. Поэтому можно согласиться с позицией Лейбфрида и Пирсона о том, что деятельность Европейской комиссии в области социальной политики - это история «великих стремлений и скромных результатов» [11].

Ссылаясь на тезис о европейской социализации элит, следует отметить, что предположение о ведущей роли социальных партнеров в развитии социальной интеграции в Европейском Сообществе / ЕС не подтвердилось. Общеευропейские социальные партнеры следят за процессом интеграции, но не вступают во владение. Европейский социальный диалог, установленный в рамках Единого Европейского Закона и получивший дальнейшее развитие в Соглашении о социальной политике, прилагаемом к Маастрихтскому договору, и, наконец, признанном равноправным инструментом политики ЕС в Амстердамском договоре (1997 г.), наложил на Европейскую комиссию обязательство консультироваться с социальными партнерами (общеευропейскими профсоюзами и организациями работодателей) всех законодательных предложений в сфере социальной политики. Это также дало социальным партнерам возможность самостоятельно разрабатывать, посредством двусторонних переговоров, рамочные соглашения, внедрение которых в правовой порядок ЕС может принять форму директив. Это также произошло в случае четырех рамочных соглашений, преобразованных в директивы (об отпуске по уходу за ребенком 1995 года - с поправками от 2009 года, о работе неполный рабочий день с 1997 г. и о работе с фиксированным временем занятости с 1999 г.). Кроме того, в рамках межсекторального диалога социальные партнеры разработали пять рамочных соглашений, реализованных на добровольной основе, то есть без участия директив сообщества (о дистанционной работе в 2002 г., о стрессе на работе в 2004 г., о насилии и домогательствах на рабочем месте в 2007 г., инклюзивных рынках труда 2010 г. и об активном старении и подходе между поколениями 2017 г.). Достижения европейского диалога также включают несколько важных отраслевых соглашений, касающихся конкретных условий труда в

конкретных отраслях, которые были включены в законодательство ЕС посредством директив. Социальные партнеры также принимают совместные позиции, рамочные планы действий, рекомендации и кодексы надлежащей практики, а также политические руководящие принципы. Однако общий характер принятых автономных соглашений и политических документов (кодексов, рекомендаций), т.е. отсутствие реальных взаимных правовых обязательств, позволяет сделать вывод о неудовлетворительном влиянии европейского социального диалога на законодательный процесс ЕС в области социальных дел. Общеввропейские ассоциации работодателей, которые набирают силу из-за большой свободы перемещения капитала, не заинтересованы в развитии транснационального сотрудничества. С другой стороны, профсоюзы, которые систематически ослабевали на национальном уровне в условиях постиндустриальной экономики, а также на наднациональном уровне, не оказались в роли института, способствующего социальной интеграции. Экономический и финансовый кризис 2008+ стал дополнительным фактором ослабления европейского социального диалога. В рамках спасательных операций, проводимых в зоне евро, имело место радикальное вмешательство Тройки – специальной комиссии, состоящей из Европейской комиссии, Европейского центрального банка и Международного валютного фонда, назначенной для контроля за выполнением положений о реструктуризации, содержащихся в соглашениях о финансовой помощи, предоставленной странам-должникам в зоне евро, так называемым Меморандумы о взаимопонимании, в институциональный порядок социальной политики в странах, на которые распространяется финансовая помощь ЕС, в первую очередь Грецию, Италию, Испанию, Португалию (главным образом, в области регулирования рынка труда и коллективных трудовых отношений). Это проявилось в ускоренной децентрализации коллективных переговоров на национальном уровне и многочисленных прямых государственных вмешательствах в области политики заработной платы, нарушающих тарифную автономию социальных партнеров (например, путем приостановления коллективных трудовых соглашений). Это проявилось в ускоренной децентрализации коллективных переговоров на национальном уровне и многочисленных прямых государственных вмешательствах в области политики заработной платы, нарушающих тарифную автономию социальных партнеров (например, путем приостановления коллективных трудовых соглашений). Эти мероприятия, направленные на демонтаж национальных структур коллективных трудовых отношений, не укрепили европейское измерение социального диалога [1, 7, 13, 14].

Выводы. Пример европейской социальной политики показывает, что основным элементом нефункциональной теории интеграции, то есть механизм *spillover*, может быть полезным инструментом для интерпретации процесса социальной политики, если только он не упрощен для автоматического распространения интеграции. Этот процесс более разнообразен и основан на трех динамиках: функциональном, политическом и культурном *spillover*. Это оказывает давление для улучшения достижения экономических целей, интересов социальных партнеров и деятельности европейских институтов, особенно на Европейскую Комиссию и Европейский Суд. Распространение интеграции всегда зависит от решений соответствующих действующих субъектов. На их предпочтения могут влиять экономические преобразования в рамках общего рынка и процессы познавательного обучения, происходящие на национальном и европейском уровне. В 1960-х и до середины 1980-х годов многие социальные *spillover* эффекты были обнаружены в социальной политике ЕС. Большая часть из них возникла в результате толкования права сообщества со стороны Европейского Суда (несколько сотен решений,

касающихся социальных вопросов, регулируемых Договором). В свою очередь, во второй половине 1980-х годов, в течение 1990-х годов, культурные *spillover* эффекты стали более заметными. В свою очередь, как главное проявление политического *spillover*, можно признать изменения в механизмах принятия решений, способствующих социальной интеграции (повышение возможности квалифицированного большинства голосов в Совете) [7].

Проведенный анализ подтвердил правильность гипотезы исследования. Вхождение в сферу социальной политики в процессе европейской интеграции определялось прежде всего экономическими целями. Функциональный *spillover* не создает иллюзий в отношении возможности далеко идущей корректировки рынка на наднациональном уровне, то есть создания общеевропейских инструментов перераспределения. Перспективы такой деятельности выявляются только в результате политического или культурного *spillover*. Развитие перераспределительного измерения европейской социальной политики в рамках этих механизмов, однако, серьезно ограничено низким бюджетом ЕС, отсутствием согласия государств-членов отказаться от своих полномочий в области социальной политики, которая имеет решающее значение для избирательной демократии и трудностями в гармонизации совершенно разных национальных систем социальной политики [12].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Adamczyk Sławomir, Dylematy europejskiego dialogu społecznego, „Monitor Prawa Pracy” 2011, nr 11, s. 579–582.
2. Anioł Włodzimierz, Europejska polityka społeczna. Implikacje dla Polski, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2003, s. 23, 33, 45–50.
3. Borkowski Paweł J., Polityczne teorie integracji międzynarodowej, Difin, Warszawa 2007, s. 91, 94.
4. Czachór Zbigniew, Kryzys i zaburzona dynamika Unii Europejskiej, Elipsa, Warszawa 2013, s. 57–58.
5. Czaputowicz Jacek, Teorie integracji europejskiej, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018, s. 45.
6. Czaputowicz Jacek, Teorie stosunków międzynarodowych. Krytyka i systematyzacja, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 125–126.
7. Falkner Gerda, EU Social Policy in the 1990s. Towards a corporatist policy community, Routledge, London/New York, 1998, s. 9, 14; 56, 58, 61–62, 65–66, 196, 198.
9. Grosse Tomasz G., Pokryzysowa Europa. Dylematy Unii Europejskiej, PISM, Warszawa 2018, s. 52–53.
10. Kownacki Tomasz, Kryzysy legitymizacji Unii Europejskiej – diagnoza i projekcje przewyciężenia, [w:] Konstanty A. Wojtaszczyk, Jadwiga Nadolska (red.), Kryzysy w procesie integracji europejskiej i sposoby ich przewyciężenia, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2015, s. 272.
11. Leibfried Stephan, Pierson Paul, Polityka społeczna, [w:] Helen Wallace, William Wallace (red.), Proces tworzenia polityk wspólnotowych w Unii Europejskiej, Instytut Europejski, Łódź 1998, s. 200, 202.
12. Majone Giandomenico, Redistributive und sozialregulative Politik, [w:] Markus Jachtenfuchs, Beate Kohler-Koch (Hg.), Europäische Integration, Leske + Budrich, Opladen 1996, s. 228, 231.
13. Мęcина Jacek, Dialog społeczny pomiędzy państwami Unii Europejskiej – ramy prawno-instytucjonalne i wpływ na stosunki pracy, [w:] Włodzimierz Anioł, Maciej Duszczyk, Piotr

- W. Zawadzki, *Europa socjalna. Iluzja czy rzeczywistość?* Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2011, s. 131–137.
14. Nadolska Jadwiga, Szewior Krzysztof, *Social Policy at a Time of Changes in the Model of European Integration*, [w:] Tomasz G. Grosse (ed.), *European Union Policies at a Time of Crisis*, Scholar Publishing House, Warsaw 2017, s. 140–146.
15. Ross George, *Assessing the Delors Era and Social Policy*, [w:] Stephan Leibfried, Paul Pierson (eds.), *European Social Policy. Between Fragmentation and Integration*, The Brookings Institution, Washington, D.C. 1995, s. 359, 379–381.
16. Scharpf Fritz W., *The European Social Model: Coping with the Challenges of Diversity*, “*Journal of Common Market Studies*” 2002, Vol. 40, No. 4, s. 645–646.
17. Strøby-Jensen Carsten, *Neofunctionalist Theories and the Development of European Social and Labour Market Policy*, “*Journal of Common Market Studies*” 2000, Vol. 38, No. 1, s. 84–85, 87.
18. Strøby-Jensen Carsten, *Neofunkcjonalizm*, [w:] Michelle Cini (red.), *Unia Europejska. Organizacja i funkcjonowanie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007, s. 123, 124, 128, 129–131.
19. *Traktaty Rzymskie: Traktat ustanawiający Europejską Wspólnotę Gospodarczą*, https://eures.praca.gov.pl/zal/podstawy_prawne/Traktat_rzymski.pdf, 10.12.2019.