



**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Університет Мачерата, м. Мачерата, Італія  
Академія Полонійна в м. Ченстохова, Польща  
Ризький технічний університет, м. Рига, Латвія  
Торгово-промислова палата України  
Українська Асоціація Маркетингу  
Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНУ»  
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

# **СУЧАСНІ ВИКЛИКИ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

**Матеріали IV Міжнародної  
науково-практичної  
конференції**

**Кафедра  
міжнародної економіки  
та маркетингу**



**19 – 20 листопада 2015 року  
Київ**

УДК 339.9 (3; 5; 7)

JEL F 00, G15, H87, J62, O33

Рекомендовано для розміщення  
на веб-сайті економічного факультету  
Вченою радою економічного факультету  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
(Протокол № 3 від 27 жовтня 2015 року)

**Сучасні виклики розвитку світової економіки: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2015. – 292 с.**

**Редакційна колегія:**

д-р екон. наук, проф., А.О. Старостіна;  
д-р екон. наук, проф., О.Л. Каніщенко;  
канд. екон. наук, доц., Т.В. Нагачевська;  
канд. екон. наук, доц. В.В. Журило;  
канд. екон. наук., асист., Т.М. Каменєва;

**Представлені у матеріалах науково-практичної конференції доповіді учасників подані в авторській редакції та відображають власну наукову позицію авторів.**

**Автори доповідей несуть повну відповідальність за точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, наукової термінології, імен власних, джерел посилання.**

© Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2015

ISBN

## ЗМІСТ

### Секція 1.

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

**Старостіна А.О., Кравченко В.А., ЯоФен**

*Підприємницькі ризики в умовах глобалізації та переходу до нових моделей функціонування національних економік.....* 8

**Grabalowski Wojciech Stefan**

*Main dilemmas of the development of the World Economics and the Economy.....* 13

**Задоя А.А.**

*Макроэкономические модели стран Вышеградской группы и Украины: компаративный анализ.....* 18

**Мельник Т.М.**

*Проблеми імпортозаміщення в економіці України.....* 21

**Петкова Л.О.**

*Тренди глобального економічного розвитку в контексті країн з зростаючими ринками* 25

**Шкурупій О.В., Білоброва Т.О., Туль С.І.**

*Глобальна проблема безробіття та можливості її вирішення.....* 28

**Баженова О.В.**

*Деякі аспекти дослідження впливу зовнішніх чинників на економічне зростання в Україні.....* 31

**Бурунова О.А.**

*Сучасні тренди регіональних ринків праці в умовах глобалізації світового господарства.....* 35

**Вітренко А.О.**

*Таксономія послуг в умовах постіндустріального суспільства.....* 38

**Ільницький Д.О.**

*Освітній виклик розвитку світової економіки.....* 41

**Карабаза І.А.**

*Тенденції припливу прямих іноземних інвестицій в світовій економіці.....* 44

**Коваль Г.І., Мальчик М.І., Демчук Л.О.**

*Фондовий ринок України в контексті світової інтеграції.....* 47

**Кудінова А.В.**

*Суспільне відтворення в глобальній економіці: ключові детермінанти трансформації..* 50

**Мельник В.А.**

*Взаємозв'язок міжнародної фінансової допомоги та економічного зростання країн....* 52

**Расшивалов Д.П.**

*Нові форми інтеграційних процесів на світовому страховому ринку.....* 55

**Скоробогатова Н.Є.**

*Особливості організації контролінгу в умовах інтеграційних процесів.....* 59

**Тюхтенко Н.А.**

*Людський капітал та його значення в сучасному розвитку української і світової економіки.....* 63

**Чугасв О.А.**

*Оцінка розподілу м'якої економічної сили між країнами світу.....* 67

**Устименко М.В.**

*Сучасні тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України у сфері телекомунікаційних, інформаційних та комп'ютерних послуг.....* 70

<b>Гудзь Г.О.</b> <i>Напрями розвитку страхових послуг у сільськогосподарському страхуванні та їх формування на цій основі.....</i>	74
<b>Ерастов В.І.</b> <i>Перспективи використання ІОТ для страхової галузі.....</i>	76
<b>Любачівська Р.З.</b> <i>Біоекономіка як пріоритетний напрям розвитку стійкої економіки.....</i>	80
<b>Синковець Н.І.</b> <i>Феномен міжнародної міграції: поняття та наслідки.....</i>	83
<b>Шушакова І.К.</b> <i>Сучасний стан стимулювання розвитку інтелектуального потенціалу.....</i>	87

## Секція 2.

### ГЛОБАЛЬНА ВАЛЮТНО-ФІНАНСОВА НЕСТАБІЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКІВ, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ

<b>Krynski A., Kulishov V.V., Gushko S.V.</b> <i>Monetary and Financial Globalization: Advantages and Disadvantages.....</i>	90
<b>Баластрик Л.О., Чумаченко О.Г.</b> <i>Економічна безпека інвестиційної діяльності в умовах глобалізації.....</i>	92
<b>Крупка І.М., Богач Ю.І.</b> <i>Особливості регулювання іноземного портфельного інвестування у КНР.....</i>	95
<b>Москалюк Н.П.</b> <i>Макроекономічні ризики коливань валютного курсу в Україні.....</i>	99
<b>Шевченко В.Ю.</b> <i>Фактори банківської нестабільності та фінансові ризики підприємств.....</i>	101
<b>Vulkot O.V.</b> <i>Development Trends of Global Banking in Post Crisis Global Economy.....</i>	104
<b>Новікова І.Е.</b> <i>Вплив соціально-економічної культури на розвиток господарських відносин в Україні</i>	108
<b>Балицька М.В.</b> <i>Проблеми розвитку страхового ринку України в умовах глобальної фінансово-економічної нестабільності.....</i>	111
<b>Семенчук І.А.</b> <i>Ринок автострахування України в глобалізаційних процесах.....</i>	115

## Секція 3.

### ВЗАЄМОДІЯ ТА СУПЕРЕЧНОСТІ ГЛОБАЛЬНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

<b>Алексєєнко Л.М., Карпа І.С.</b> <i>Ринки житлової нерухомості: національна візія та нові реалії в світовій економіці.....</i>	119
<b>Войнаренко М.П.</b> <i>Глобалізація і її соціально-економічні наслідки для регіонів України.....</i>	122
<b>Заблоцька Р.О.</b> <i>Розвиток мегаінтеграційних угруповань на прикладі Трансатлантичного торговельного та інвестиційного партнерства (ТТІР) ЄС-США.....</i>	126
<b>Каніщенко О.Л.</b> <i>Економічні наслідки адміністративних обмежень в міжнародній торгівлі.....</i>	130

<b>Okhrimenko O.O.</b> <i>Crisis and National Brand of Ukraine: Points of Contact.....</i>	132
<b>Прушківська Е.В.</b> <i>Міжнародний поділ праці та функціонування первинного сектору економіки в глобальному середовищі.....</i>	135
<b>Телетов О.С.</b> <i>Причини нестабільності економічного розвитку України.....</i>	138
<b>Бакушевич І.В., Гощинська Д.Я.</b> <i>Стратегії розвитку регіонів знань в умовах глобалізації освітнього простору.....</i>	140
<b>Єрмоленко В.А.</b> <i>Державність у дезінтеграційно-інтеграційних процесах початку XXI ст.....</i>	143
<b>Кожухова Т.В.</b> <i>Офіційна допомога розвитку як інструмент боротьби з голодом і забезпечення продовольчої безпеки.....</i>	146
<b>Ніколайчук О.А., Третякова О.В.</b> <i>Тенденції розвитку національної економіки в умовах глобалізації.....</i>	148
<b>Шинкар О.І.</b> <i>Порівняльний аналіз обсягів фінансування досліджень та розробок в Україні та вибраних країнах ЄС.....</i>	152

#### **Секція 4.**

### **ДЕРЖАВНІ ТА РИНКОВІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

<b>Barr Noah Adam</b> <i>Multinational Corporations And Foreign Direct Investment: Is Development The Outcome?</i>	155
<b>Дорош Н.І.</b> <i>Незалежність аудитора: європейські вимоги.....</i>	159
<b>Лутай Л.А.</b> <i>Міжнародний досвід становлення та розвитку дисциплінарних відносин і його адаптація до умов України.....</i>	162
<b>Onyshchenko V., Sivitska S.</b> <i>Global Trends in Renewable Energy Investment.....</i>	165
<b>Шнирков О.І.</b> <i>Зона вільної торгівлі України з ЄС за умов економічної дезінтеграції з РФ.....</i>	168
<b>Кудирко Л.П., Олейніков Ю.О.</b> <i>Щодо вибору моделей зовнішньоторговельного регулювання.....</i>	172
<b>Онищенко С.В.</b> <i>Виклики фінансової глобалізації як складного інтегрованого процесу.....</i>	174
<b>Каменєва Т.М.</b> <i>Ефективність моделей державного регулювання економіки: досвід зарубіжних країн</i>	177
<b>Глазкова А.С.</b> <i>Територіально-виробничі комплекси у системі економічного районування.....</i>	180
<b>Лень Т.В.</b> <i>Дослідження мотиваційної складової маркетингового персоналу підприємств Хмельницької області.....</i>	182
<b>Лукова А.А.</b> <i>Prospects of Activation of the Investment Activity for Commercial Banks in Modern Terms..</i>	185
<b>Тюленєв С.А.</b> <i>Міжнародний досвід регулювання ринку праці та його адаптація до умов України.....</i>	188

**Полінчук К.І.**

*Державний механізм залучення іноземних інвестицій як елемент розвитку національної економіки.....* 192

**Юхименко В.М.**

*Платоспроможність страхових організацій: теоретичні аспекти забезпечення.....* 195

**Секція 5.**

**СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ГЛОБАЛЬНОГО ТА НАЦІОНАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА**

**Лабурцева О.І.**

*Сучасні технології прийняття маркетингових рішень в умовах невизначеності.....* 199

**Циганкова Т.М.**

*Екологічна домінанта розвитку міжнародного маркетингу.....* 202

**Дубовик Т.В.**

*Етика інтернет-маркетингових комунікацій підприємств.....* 206

**Євдоченко О.О., Чала Н.В.**

*Екологічні пріоритети маркетингу глобальних компаній.....* 208

**Єгорова І.Г., Ізмайлов Я.О.**

*Шляхи вдосконалення комплексу міжнародних маркетингових комунікацій гірничо-збагачувальних комбінатів України.....* 211

**Журило В.В.**

*Чинники формування технологічної культури споживання в Україні у глобалізованому ринковому середовищі.....* 214

**Заячківська Г.А.**

*Система маркетингу міжнародних туристичних послуг: сутність та принципи формування.....* 217

**Мороз Л.А.**

*Маркетингові технології психологічного впливу на цільові аудиторії в бренд-менеджменті.....* 220

**Фірсова С.Г.**

*Технології інноваційного маркетингу: створення цінності хай-тек продукції.....* 221

**Чуприна Н.М.**

*Екоконфлікти в системі виробництва: сутність та передумови.....* 225

**Колотова Н.Б.**

*Роль маркетингу в сучасних інноваційних процесах.....* 227

**Adami C.**

*Semantic Map Instrument to Analyze the Economic Intelligence.....* 229

**Савчук В.А.**

*Застосування сучасних маркетингових технологій виробниками органічної продукції в Україні.....* 232

**Секція 6.**

**МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ТА МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ**

**Starostina A., Kravchenko V., Kravchenko K.**

*Competitive Position of Italian Manufacturers in the Ukrainian Market of Home Appliances.....* 236

<b>Гейпеле І., Пашук Л.В.</b> <i>Особливості контролю ефективності маркетингу в міжнародних компаніях.....</i>	239
<b>Дергачова В.В., Кузнєцова К.О.</b> <i>Системний підхід до формування ресурсного забезпечення енергогенеруючого підприємства.....</i>	242
<b>Ковальчук С.В.</b> <i>Маркетингові дослідження машинобудівних підприємств Хмельницької області.....</i>	245
<b>Крикавський Є.В., Косар Н.С., Дмитрів А.Я.</b> <i>Проблеми реалізації маркетингових досліджень у вищих навчальних закладах України</i>	248
<b>Голованова М.А.</b> <i>Розрахунок місткості національних та міжнародних ринків на основі норм споживання.....</i>	251
<b>Дибчук Л.В.</b> <i>Маркетингове забезпечення економічного розвитку регіону.....</i>	254
<b>Кудрявська Н.В.</b> <i>Розвиток страхового посередництва в Україні.....</i>	257

### **Секція 7.**

## **СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ЗА УМОВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА**

<b>Кузьмін О.Є., Дрималовська Х.В., Стельмах Х.П.</b> <i>Диверсифікація як стратегія інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств.....</i>	261
<b>Бохан А.В.</b> <i>Екологічна легітимація міжнародного бізнесу в інвестиційній відповідальності.....</i>	263
<b>Нагачевська Т.В.</b> <i>Інвестиційна привабливість телекомунікаційного сектору економіки України в умовах глобальних викликів.....</i>	265
<b>Радько В.М.</b> <i>Механізм забезпечення стратегічної конкурентоспроможності промислового підприємства на світовому ринку.....</i>	268
<b>Софіщенко І.Я.</b> <i>Транскордонне співробітництво України та ЄС як фактор інтеграції українських підприємств у глобальні мережі доданої вартості.....</i>	272
<b>Алієв Р.А.</b> <i>Глобальні тенденції міжнародної торгівлі будівельними послугами.....</i>	277
<b>Єгізарова К.Ю.</b> <i>Аутсорсинг як засіб укріплення конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах.....</i>	280
<b>Заколюдажний В.О.</b> <i>Сучасні скорінгові інструменти в страховому бізнесі.....</i>	282
<b>Дігтяренко С.М.</b> <i>Зміст фінансової безпеки страховика та її складові.....</i>	285
<b>Кухта М.І.</b> <i>Застосування стратегії блакитних океанів на автомобільному ринку в умовах трансформації конкурентного середовища.....</i>	289

**Секція 1.**

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ  
СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

**А.О. Старостіна**, д.е.н., професор,

**В.А. Кравченко**, к.е.н., доцент,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,

**ЯоФен**, к.е.н.,

Китайська Народна Республіка

**ПІДПРИЄМНИЦЬКІ РИЗИКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА  
ПЕРЕХОДУ ДО НОВИХ МОДЕЛЕЙ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК**

Управління ризиками в економіці будь-якої країни є одним із вирішальних факторів забезпечення її конкурентоспроможності в міжнародній економіці, особливо за умов її подальшої глобалізації. Посилення темпів глобалізації є найхарактернішою закономірністю розвитку сучасного світового господарства. Глобалізація представляє собою об'єктивний, незворотній процес розмивання національних економічних кордонів як наслідок пошуку найбільш прибуткових сфер відтворення капіталу у всіх його формах (виробничих, фінансових тощо), що призводить до взаємодії, взаємозалежності, взаємопереплетіння національних економік та формування глобального ринку та світової економічної системи. Враховуючи те, що процес глобалізації втягує в свою орбіту складну систему взаємовідносин між суб'єктами різних рівнів міжнародних економічних відносин з різними суперечливими економічними інтересами, то відповідно він має різні негативні наслідки для цих суб'єктів.

Для наднаціональних світових організацій та інститутів до негативних наслідків, які посилюють стан ризикованості міжнародної економіки, можемо віднести наступні: поява країн-глобалізаторів, їхній значний вплив на діяльність світових організаторів; глобальні конфлікти, дестабілізація світової валютної системи; посилення впливу на національні уряди; міжнародний тероризм; розповсюдження хвороб. Для регіональних інтеграційних угруповань до негативних наслідків глобалізації належать наступні: розповсюдження нововведень; загрози, що пов'язані з інтенсифікацією міжнародної міграції робочої сили; зниження економічних показників розвитку країн-донорів; зниження рівня трудової етики в більш розвинутих країнах та нівелювання інших елементів притаманним різним культурам. Національні держави стикаються з наступними загрозами від глобалізації: посилення протекціоністських методів для своїх країн; міжнародний тероризм; «відтік мозків»; зростання нерівності доходів членів суспільства; екологічні катастрофи; нелегальна міграція; біженці; зростання нерівномірності соціально-



економічного розвитку країн; глобальний конфлікт промислового капіталу і фінансово-спекулятивного; технологічні розриви як загроза економічній безпеці. Серед негативних наслідків глобалізації для окремих організацій та компаній відзначимо наступні: інтенсифікація глобальної конкуренції; переніс в менш розвинені країни застарілих технологій; нав'язування певної виробничої структури економіки; стримування росту матеріальних доходів; віртуалізація світової економіки.

Всі вищезазначені негативні наслідки глобалізації прямо або опосередковано впливають на стан ризикованості підприємницького бізнес-середовища. Неадекватна та неефективна реакція на них з боку держави та суб'єктів підприємницької діяльності неминуче призводить до суттєвого зниження динаміки суспільного виробництва та послаблення конкурентних позицій на міжнародній арені, свідченням чого є втрати світової економіки під час глобальної фінансової кризи 2007-2009 рр. та наступної економічної рецесії. Характеризуючи передумови глобальної фінансової кризи, лідери 20 найбільш потужних країн світу особливу увагу звернули на вкрай незадовільний стан управління ризиками», - «часи високих темпів зростання світової економіки у поєднанні із довготривалим періодом стабільності її розвитку у попереднє десятиріччя обумовили пошук учасниками ринку високої доходності для своїх інвестицій без адекватної оцінки ризиків, що їх супроводжують, та призвели до того, що вони не проводили добросовісного аналізу напрямків інвестування своїх ресурсів» [1].

Особливо актуальним ефективно управління підприємницькими ризиками є для країн, в економіках яких під впливом глобалізації відбуваються суттєві перетворення в моделях функціонування національних економік. До таких країн, на нашу думку, належать Україна та Китайська Народна Республіка. Про значні зміни, які очікує модель китайської економіки, зокрема, свідчать рішення керівництва КНР, прийняті на 5-му Пленумі ЦК КПК 18-го скликання, спрямовані на необхідність дотримуватися т.зв. «нової норми» розвитку економіки, яка полягає у забезпеченні її збалансованості та стійкості. «В умовах "нової норми" важливість швидкості росту затьмарюється комплексними структурними реформами небаченого масштабу, покликаними перетворити існуючу модель економіки в економіку, що спирається на сферу послуг, внутрішні витрати і інновації» [2]. Українська влада також поставила перед собою амбітні цілі в сфері комплексного та швидкого реформування економічної системи країни, які детально прописані в Стратегії сталого розвитку «Україна-2020». В результаті її реалізації Україна планує увійти в склад перших 30 країн у рейтингу Світового банку Doing Business, рейтинг за зобов'язаннями в іноземній валюті становитиме не нижче інвестиційної категорії «ВВВ» (за шкалою Standard and Poors), валовий внутрішній продукт (за паритетом купівельної спроможності) у розрахунку на одну особу, який розраховує Світовий банк, підвищиться до 16 тис. доларів США, тобто практично в 2 рази від теперішніх 8,6 [3].

Дієвим змінам в моделях функціонування національних економік обох країн заважають і спільні чинники, які негативно впливають на ведення в них бізнесу. Зокрема, в 5-ці спільних найбільш проблемних для бізнесу в КНР та Україні знаходяться корупція, доступ до фінансування бізнесу та неефективний бюрократичний апарат [4].

Дослідженням проблем та ризиків, які стоять перед суспільством, що швидко трансформується, активно займаються як українські, так і китайські вчені. В працях Вітлінського В. В., Камінського А. Б., Пікус Р. В. та інших вітчизняних вчених розглядаються сутність підприємницького ризику, методи управління ризиками, математичні моделі управління ризиками тощо.

Китайські вчені Цзинь Синь, Сюй Сяопін, Чжан Цзяньхуа на початку 2000-х років розглянули низку проблем, які супроводжували соціально-економічний розвиток КНР. Основними серед них були – проблеми, пов'язані із вступом КНР у Всесвітню організацію торгівлі та проблеми розвитку сільського господарства країни. В подальші роки увага китайських вчених зосередилася на дослідженні «нетипових соціально-економічних ударів» (чунцзі), які важко передбачити, і які є факторами ризиків.

До основних характеристик ризик-стану підприємницької діяльності в умовах сучасної України відносяться, на нашу думку, наступні:

- остаточно сформоване т. зв. «суспільство загального ризику»;
- мілітаризація економіки та бойові дії в зоні АТО.

Поточне катастрофічне соціально-економічне становище України наочно підтверджує справедливість концепції відомого соціолога У. Бека, який охарактеризував сучасне суспільство як таке, що перетворюється на «суспільство ризику». За його висловом «логіка виробництва багатства» сьогодні поступається місцем «логіці виробництва ризику» [5]. Проблема ризику безпосередньо пов'язана, з одного боку, із стрімкою індустріалізацією суспільства, та, з іншого боку, з непередбачуваними негативними наслідками його модернізації. Особливістю українського «суспільства ризику», на відміну від країн сталого капіталістичного розвитку, є те, що ризик із явища, яке має імовірностну природу, перетворилось в таке, яке постійно відтворюється та присутнє в діяльності кожного члена суспільства, тобто «суспільство ризику» стало загальним.

Суттєвим чином на стан підприємницьких ризиків в Україні впливає мілітаризація економіки та бойові дії в зоні АТО. Найбільш ризикованим для підприємницької діяльності є територія АТО, де підприємствам найбільшою мірою загрожують наступні види ризиків, - стратегічні (існує можливість повного знищення майна або заволодіння бізнесом з боку сепаратистів або звинувачення у фінансуванні тероризму з боку української влади), логістичні (наявні проблеми з доставкою товарів), кадрові (дефіцит кваліфікованих кадрів), операційні (складність із перереєстрацією підприємств та отриманням дозволів), фінансові (нестабільна робота банківської системи та заборона на обслуговування рахунків) тощо. Другим після зони АТО за ступенем ризикованості є Крим, підприємства якого діють як в російському, так і в

українському правовому полі. За таких умов на перший план висуваються стратегічні ризики (імовірність рейдерського захоплення бізнесу, націоналізація бізнесу владою Криму), збутові та постачальницькі (періодичні заборони на імпорту української продукції, необхідність вибудовування нових схем поставок, періодична загроза блокування поставок з материкової частини України). Третє місце за ступенем ризикованості належить місцевостям, які межують з зоною АТО, оскільки широкомасштабні операції із «тіньовим» транспортуванням товарів в зону АТО і назад, які здійснюються в обхід її товарної блокади, призвели до значного підвищення ступеню криміналізованості, і, відповідно, ризикованості бізнес-середовища в цьому регіоні. Найменш ризикованим є бізнес-середовище на території регіону, до якого відносяться всі інші, мирні області України. Для нього характерна найменша ступінь ризикованості поточної підприємницької діяльності у порівнянні із іншими регіонами.

На стан управління підприємницькими ризиками в КНР впливають наступні чинники. По-перше, значна частина великих китайських компаній знаходиться під достатньо сильним державним контролем. За даними китайських вчених не менше, ніж 30% акцій компаній КНР, що обертаються на біржах країни, знаходяться безпосередньо в державній власності. Більш того, є розрахунки, які свідчать про те, що 84% від кількості всіх компаній, які знаходяться в біржовому лістингу, прямо або опосередковано контролюються державою [6]. Таким чином, як пряме володіння державою акціями компаній, так і тісні особисті та інституційні зв'язки керівництва компаній із державними органами влади, призводить до того, що такі компанії вимушені дотримуватися певних, достатньо строгих правил в сфері управління ризиками свого бізнесу. Ці вимоги викладені в низці нормативних документів, - в Законі про компанії (Company Law), в нормативних актах щодо обігу цінних паперів та настановах по корпоративному ризик-менеджменту.

По-друге, позитивно впливає на стан управління підприємницькими ризиками також те, що влада КНР підключилися до проекту ООН «Глобальний договір», в рамках якого визначається наскільки ефективно бізнес сприяє реалізації десяти базових принципів із сфери прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища та боротьби із корупцією. Зокрема, визначається ступінь застосування ризик-менеджменту у цих 4-х сферах [7].

По-третє, значною мірою проблеми з ризиками у успішних китайських компаніях зумовлені посиленням їх конкурентних позицій в світовій економіці. Так, восени 2012 р. конгрес США оприлюднив доповідь, присвячену діяльності 2-х китайських телекомунікаційних компаній – ZTE та Huawei, в якій їх продукцію було охарактеризовано, як таку, яка може бути використана китайською владою із шпигунськими цілями. Ще одна проблема в діяльності великих компаній, які ведуть активну міжнародну діяльність, полягає в існуванні підозри стосовно перекручення ними даних фінансової звітності. Зокрема, це стосується таких компаній, як Longtop Financial та China Media

Express, керівництво яких було звинувачено в обмані своїх інвесторів та акції яких було виключено з фондового лістингу [8].

Зазначимо, що компанії КНР добилися певних успіхів в сфері управління ризиками, про що, зокрема, свідчать результати дослідження фінансових та бізнесових ризиків 107 найбільших компаній КНР, які провело агентство Standard & Poor. Вони показують, що хоча китайські компанії і мають певні проблеми із фінансовим ризик-менеджментом, проте вони достатньо впевнено управляють операційними ризиками [9].

Враховуючи тенденції до посилення нестабільності світової економіки в найближчі роки, все більше українських і китайських компаній намагаються використовувати сучасні підходи до управління ризиками власного бізнесу. Лише такий підхід, на нашу думку, здатен принести їм успіх в конкурентній боротьбі на національних та світовому ринках.

#### **Список використаних джерел:**

1. Declaration of the Summit on Financial Markets and the World Economy. [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2008/11/20081115-1.html>. – Назва з екрану.
2. Китайская экономика подстраивается под "новую норму" Russian.news.cn 2015-10-03 10:38:37 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: [http://russian.news.cn/2015-10/03/c\\_134681420.htm](http://russian.news.cn/2015-10/03/c_134681420.htm) – Назва з екрану.
3. Указ Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015 «Стратегія сталого розвитку «Україна — 2020» // Урядовий кур'єр від 15.01.2015 — № 6
4. The Global Competitiveness Report 2014–2015: Full Data Edition [Електронний ресурс] // – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2014-15.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf) – Назва з екрану.
5. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / пер. с нем. В. Седельника, Н. Федоровой; послесл. А. Филиппова. – М. : Прогресс-традиция, 2000. – 384 с.
6. Chao Xi. Corporate Governance and Legal Reform in China, London: Wildy, Simmonds and Hill, 2009 pp. 24-25, 49-51.
7. Global Compact Network China. [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://www.gcchina.org.cn> – Назва з екрану.
8. Deloitte's China Problem Comes To A Head. Richard Pearson 4/02/2012 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://www.forbes.com/sites/richardpearson/2012/04/02/deloittes-china-problem-comes-to-a-head/> – Назва з екрану.
9. Chinese corporate risk looks pretty significant , Sep 14, 2012 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://ftalphaville.ft.com/2012/09/14/1160571/chinese-corporate-risk-looks-pretty-significant/?#> – Назва з екрану.

**Dr inż Wojciech Grabałowski,**  
Polonia University in Częstochowa, Poland

## **MAIN DILEMMAS OF THE DEVELOPMENT OF THE WORLD ECONOMICS AND THE ECONOMY**

In order to reliably meet the task of describing the trends in the development of economics and the world economy, it is not possible to ignore its present condition, caused by the financial crisis of the years 2007-2010, as a point of reference and as a starting point to the future.

Looking realistically at our historic reality, you have to agree with the thesis that each of the crises throughout history that have touched economics and the world economy, caused by the multifaceted spectrum of factors, was their resultant. Objectively and subjectively, exo and endogenously, economically and beyond economically, structurally and opportunistically.

Basing on the experience we also know that quite easily we are able to name and list these factors. It is much harder to prioritize and quantify these factors, giving them the importance of a certain level of influence on the crises occurred.

Today, after multiple studies, we know that the on-going crisis since 2007, is mainly a child of the global financial system, and also of the globalization as a worldwide process.

According to the opinion of Robert Skidelski the crisis is made up of three disasters [2].

The first is the institutional disaster.

Once set alone, without any control and supervision, "financial engineering" has infected the market, the credit market in particular, turning banks into casinos and entrepreneurship and the real sphere of production of goods into speculation of the virtual product of financial engineering.

Blind faith in the regulatory effectiveness of the financial market caused the fall of economic thinking. This is exactly why economists did not see the impending crisis. That is the second disaster.

It is worth mentioning the thought of Maynard Keynes who, writing about the "stockjobber's mentality" of the New World's inhabitants, warned us: "There is a significant risk that speculation prevails over the enterprise. Speculators may be harmless when they are like the foam on a flat, clean, swift stream of business, but the situation becomes serious when the accumulation of a country becomes a by-product of gambling" [4].

Meanwhile, according to the Report of the President (Washington, 2008) and also according to the research of François Morin 2002 - with the size of the world's GDP, measured by transactions of selling goods and services in the amount of 32.3 billion dollars and the volume of foreign currency transactions, serving the international trade market of goods and services in the amount of \$ 8 billion - trade transactions of foreign currency itself in the world were worth 384.4 billion, while transactions in derivatives trading - \$699,000,000,000,000. In 2007 the market of

"derivatives" exceeded 36 times the value of the US GDP, reaching 500.000 billion dollars. In order to visualize the size of these sums, it is worth to imagine that the annual turnover of the derivatives market is the equivalent of 1000 years of Polish GDP [1].

Is the speculation market based on the "real" money? But no! Thanks to financial innovation, consisting in multiple leverage, the amount of real money in the real economy contracts in relation to financial engineering contracts (derivatives) is less than 2-3% The rest is speculative money, virtual, carrying behind nothing else but the value of the paper on which it is printed.

The development of the financial market caused a change in the function of this market. Handling of the real economy is pushed into the background and transactions on the global capital markets, which have created its own market of derivatives, associated only with the real sphere by moods and forecasts, become the primary objective.

Moreover, the financial market and its ever-newer instruments did not subject to any control of the institutions controlling traditional banks. Combining these transactions by derivative instruments with the basic instrument was (and still is) illusory and partial.

For example, real turnover in the wholesale of coffee beans in the coffee market in 2007 amounted to \$ 8 billion, and the value of concluded contracts for the price of the product (derivative) reached the level of 28.2 billion dollars in the same period [3].

Global financial speculation was therefore, and still is, nothing more than a creation of the "gigantic masses" of speculative money, without any of its financing in the real economy.

This is the most urgent problem of today's world. Much larger than the current financial crisis. The world economy does not have the solutions to this problem.

There is no simple (apart from shock) way to eliminate the speculative overhang, and all the proposed solutions to reduce and control the trade in derivatives can produce effects only in further not increasing the rush of speculative money.

It is obvious that the financial sphere, financial services, are only means, leading to the production or consumption. Thus they have meaning and significance only in relation to the real economy, as they do not have real characteristics of utility by themselves.

Awareness of this must lie at the basis of today's discussion about development trends of economics and the economy in the world.

So the restoration of the overall economic situation on the global markets is only a return to the "old" order. The overhang of speculative money remains, and I believe, it will not give us peace, if it is not properly defused and rechanneled.

Similarly, we will not be at peace knowing that we have eliminated the effects but have not done much to permanently eliminate the causes that led to the crisis. Some hopes are given by the summits of Washington and London Group G20, although not without disputes (The problem of growth, as a priority, raised by the

USA and the views of France and Germany, putting emphasis on strong international regulations for the entire financial sector). Neither one nor the other is certain.

One thing is certain - consistent carrying out a major reform of international finance provides an opportunity to effectively prevent future crises, while trying to continue the status quo would mean recidivism of disorders, those we know and those new ones that will be announced as a result of re-offending...

Will there be a common will to effectively solve these problems for the whole world? I do not think so!

It is commonly stated that "the only certainty is that nothing is certain." Therefore more likely we will need to do some "adjustments on the run" with regard to reflection on what are the sources of phenomena that violate our confidence and existing stereotypes.

The next major dilemma of our discussion about the future will be the issue of development and its pace.

Currently non-institutional and chaotic course of the globalization process forces us to ask "how intensive is the development?" and "where and at what pace is it achieved?"

It is not my task here to build doomsday scenarios. I am confident that, as in the case of the predictions of Malthus in the eighteenth century, concerning the disproportionate dichotomy of the rate of natural increase and food production, technical progress and human knowledge will solve our difficult issues and problems connected with exploring the earth's resources (new deposits and seams, widespread recycling, new energy sources, ecology). However, the necessity to draw attention to the protection of the natural environment and the depletion of natural resources will force us sooner or later to answer these questions.

The process of globalization cannot remain a predatory process of appropriation of the resources from a position of strength (regardless of whether it is military force, strength of capital or strength of technology) and must transform itself (if it is to continue to develop peacefully) into the process of sustainable development with common acceptance of all countries participating in it.

What does it mean? It means that wealthy countries will have to give up the current pace of growth, for the benefit of poor and underdeveloped countries, if these are to become in the future equal partners of cooperation, production, trade, education and development.

Without a doubt, a problem of the economics of inequality will be a very serious problem in the near future. Presented to the world by solid research of Thomas Piketty (*Economics inequalities and Capital in the Twenty-First Century*) is and will be a very serious economic and social problem [5].

To document the above thesis, I will quote two opinions related to them, by Paul Krugman, Nobel laureate, published in the *New York Times*, and Rafał Woś, the columnist for *Dziennik Gazeta Prawna*, posted on a web portal Tokfm.pl.

„It seems safe to say that “*Capital in the Twenty-First Century*,” the magnum opus of the French economist Thomas Piketty will be the most important economics book of the year — and maybe of the decade. Mr Piketty, arguably the world’s

leading expert on income and wealth inequality, does more than document the growing concentration of income in the hands of a small economic elite. He also makes a powerful case that we're on the way back to "patrimonial capitalism," in which the commanding heights of the economy are dominated not just by wealth, but also by inherited wealth, in which birth matters more than effort and talent."

Paul Krugman.

„In “Capital in the Twenty-First Century” Piketty added to an array of tax solutions a completely new concept of wealth tax, best placed immediately on a global level (ideal), or "at least" the EU (strong possibility). He means a progressive tax on net wealth. [...] To the question of whether such taxation is fair, Piketty usually answers with the use of another question: Is it fair to have a situation in which assets, after reaching a certain level, cease to be the subject of interest to the Revenue Office? Is it fair to all those average people, politely filling their tax returns from which they cannot escape? [...] All these tax experiments are not for the French (ie. Piketty and his fellow economists) a leftist whim. They are convinced that this will save capitalism from itself, before rising inequality will lead to a huge slump, following the example of the French Revolution of 1789 or Bolshevik Revolution. Hence the radical critique of inequality, tax increases and proving that the free market can eventually kill capitalism".

Rafał Woś.

That says everything. I only want to illustrate the problem of the near future. Both terrorism and the current problems of migration and refugees, have in fact, at their basis, a very broad issue of inequality, identified and documented by Piketty in comparison with capital, wealth and wages.

The thesis, that rising and exacerbating inequalities can cause extreme social dissatisfaction as well as political and revolutionary tensions, is not groundless. Just delve into the history of the last centuries and... the last years of social and political turmoil, because in many countries, on the basis of dissatisfaction associated with the crisis and social inequalities based on economic grounds, movements called "The Precariat" developed. And Precariat Parties emerge across Europe (for instance Spanish Podemos, Greek Syriza or the last elections in Poland and standing for election political party called Razem).

Accurate and multidimensional analysis of the causes and the extent of the financial disasters of the World raises a probable thesis that the recent crisis is much deeper and shows the need for adjustments to the basics of the system. It will also last much longer than it seems.

The discussion and analysis presented here raise some analogies related to the phenomenon of "homeostasis". A phenomenon that is proper to living organisms, discussed in biology classes.

The economy and society, where the economy operates, also are - as history shows - a living organism and it seems that they also have that homeostatic mechanism built in. The mechanism of self-control, self-regulation and ability to repair occurring deviations from the norm. But history has known cases of such a state of destruction or entropy, when the agitation of the body is too in-depth, and the



process of destruction and the associated entropy exceeds a critical state, cutting off the path to return to the old order. This social state is called... a revolution – a state in which the authorities and forces of the "old order" are no longer able to restore the order of the previous balance. A new state comes, which results in shaping a new order and a new organizational order. As we know from the history and experience, the "new" here, as in biology (cancer) does not necessarily mean good. What was after the revolutions affected humanity? Today we know.

What future is therefore for the economy and its economics? Professor Kołodko presented it as twelve challenges of fundamental importance for the next wave of civilization.

Here they are:

1. The pace and the limits of economic growth
2. The evolution of cultural values and their implications for development processes
3. The institutionalization of globalization versus increasing lack of coordination and chaos
4. Regional integration and its link with the process of globalization
5. The position and role of NGOs
6. Natural environment and competition for depleting resources
7. Demographic processes and migrations
8. Poverty, deprivation and social inequality
9. The economy and society based on knowledge
10. Technical and scientific progress
11. Evolution of networks and its economic consequences
12. Conflicts and wars, peace and international security

As can be seen, some of them (underlined) have been briefly (as far as permitted volume of the material) discussed.

It would be worthwhile to recall a correct in my opinion view of professor Kołodko, that on the basis of traditional economics economists are no longer able to satisfactorily explain the essence of the processes of economic development [6].

The most interesting and most fertile, as Professor claims, is at the meeting of academic disciplines. Thus, broad cooperation, a broad front, "consilience science" is not only an urgent need but the only tool base, which will give us chances for solving social and economic problems of our unique and captivating in its beauty world.

#### **References:**

1. Błasiak W., Koniec ekonomii neoliberalnej. W: <http://www.propolonia.pl/blog> (04.08.2010 r.)
2. Globalizacja, Kryzys i Co dalej ? Praca zbiorowa pod red G.Kołodki Wyd Poltext Warszawa 2010.St.Flejterski str 137.Graj D.,
3. Graj.D.Tysiącletni Polski PK <http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka/2029020> (31.10.2008r.)
4. Kowalik T., Kapitalizm kasyna. Kryzys. Przewodnik Myśli Politycznej. Wyd. Krytyka Polityczna: Warszawa 2009

5. T.Piketty Kapitał w XXI wieku oraz Ekonomia nierówności. Wyd Krytyki Politycznej Warszawa 2015
6. G.Kołodko. Świat na wyciągnięcie myśli. Wyd. Prószyński i Ska Warszawa 2010

**А.А. Задоя**, д.э.н., профессор,  
Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля

### **МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ СТРАН ВИШЕГРАДСКОЙ ГРУППЫ И УКРАИНЫ: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ**

Вступление Украины в ЕС следует рассматривать как ориентир, а не как реалистичную цель на ближайшие годы. Тем не менее, именно этот ориентир может помочь определиться с конкретными макроэкономическими целями, достижению которых должна способствовать политика государства, а также макроэкономическими угрозами, минимизировать которые также должна правильная стратегия.

В этом плане весьма ценным опытом для разработки макроэкономических ориентиров стратегии Украины может стать история и современное состояние стран-членов Вышеградской группы (Чешская Республика, Венгрия, Польша и Словакия). На пути реформирования экономики Украине предстоит решать практически те же задачи, которые были сформулированы участниками этой группы в Вышеградской декларации еще в 1991 году: восстановление независимости, демократии и свободы; устранение проявлений тоталитарной системы; построение парламентской демократии, современного правового государства, уважение прав и свобод человека; создание современной свободной рыночной экономики; полное вовлечение в европейскую политическую и экономическую систему, также как и в систему безопасности и законодательства [1].

Нашей целью является сопоставление некоторых макроэкономических пропорций, сложившихся в странах-участницах Вышеградской четверки, с состоянием украинской экономики для определения стратегических ориентиров макроэкономических преобразований в Украине.

В 1991 году (год создания Вышеградской группы и год обретения Украиной независимости) уровень развития наших стран был еще вполне сопоставимым. ВВП на душу населения (по текущему курсу) составлял в Чешской Республике 2867 долл., в Венгрии – 3322 долл., в Польше – 2193 долл., в Словакии – 2680 долл., а в Украине – 1490 долл. [2]. Однако за 22 года ситуация коренным образом изменилась.

По численности населения Украина является самой большой страной в исследуемой группе (32 позиция в мире). Однако по показателю ВВП, рассчитанному в долларах по текущему курсу, уступает близкой к ней по численности населения Польше и даже меньшей в 4 раза Чешской Республике.

Соответственно и ВВП на душу населения при таком варианте расчета в Украине оказывается в 4,6 раза меньше, чем в Чешской Республике и Словакии, и в 3,3 раза меньше, чем в Польше и Венгрии.

Низкий уровень ВВП на душу населения во многом определяет структуру его потребления. Проведенные нами ранее исследования показали существование обратной зависимости между уровнем развития страны и удельным весом в ВВП потребительских расходов домохозяйств [3]. В основе существования такой зависимости лежит стремление поддержать более-менее приемлемый уровень потребления при ограниченных возможностях. Например, ВВП на душу населения в Украине в 4,6 раза ниже этого показателя в Чешской Республике, но с учетом более высокого удельного веса потребительских расходов в Украине ее отставание в потреблении составляет только 2,2 раза.

Даже на примере приведенных данных можно говорить о существовании двух различных макроэкономических моделей среди стран-участниц Вышеградской четверки: производственно ориентированной и потребительски ориентированной (табл. 1).

Таблица 1

**Основные признаки производственно и потребительски ориентированных макроэкономических моделей**

Показатель	Производственно ориентированная модель	Потребительски ориентированная модель
Потребительские расходы домохозяйств	Составляют менее половины ВВП	Составляют более 60% от ВВП
Инвестиции в основной капитал	Более 25% от ВВП	Менее 20% от ВВП
Отношение экспорта к ВВП	Около 80-90%	Около 50%
Чистый экспорт	+5-10% от ВВП	± 3% от ВВП

*Источник:* разработано автором

Каждая из названных моделей имеет свои преимущества и недостатки. Важнейшим преимуществом производственно ориентированной модели можно считать ускорение экономического развития. Инвестиции в основной капитал позволяют не только его наращивать, но и делать модернизацию уже существующего. Отечественные инвестиции служат хорошим мотивом для привлечения иностранных инвестиций, которые, как правило, тоже увеличиваются быстрыми темпами. Как следствие этих процессов, производимая продукция оказывается достаточно конкурентоспособной на мировых рынках. Страна имеет возможность расширять экспорт и импорт. При этом она отслеживает поддержание их в таком соотношении, чтобы чистый экспорт имел положительное значение. Избыток поступления валюты в страну позволяет создать довольно значительные золотовалютные резервы, служащие основой для обеспечения стабильности национальной валюты и относительной стабильности цен.

Вместе с тем, у такой модели есть и ряд недостатков. Прежде всего, не в полной мере достигается главная конечная цель всякого производства: повышение степени удовлетворения потребностей. Низкий удельный вес потребительских расходов домохозяйств может приводить к тому, что при достаточно высоких производственных показателях уровень личного потребления окажется ниже, чем в менее развитых странах. Значительный размер чистого экспорта свидетельствует о том, что весомая часть произведенного продукта потребляется за границей, а не направлена на удовлетворение потребностей отечественного потребителя. Высокие показатели внешнего товарооборота делают зависимой страну от состояния мировых рынков, а, следовательно, любые колебания в мировой экономике существенно отражаются на динамике национальных показателей.

Макроэкономическая модель, ориентированная на потребление, также имеет свои преимущества и недостатки. Прежде всего, она в большей мере решает проблему роста степени удовлетворения потребностей, поскольку при относительно ограниченных ресурсах обеспечивает достаточный уровень потребления. Во-вторых, будучи сориентированной на внутренний рынок и не имея завышенных показателей внешнеторгового оборота, такая экономика в меньшей степени зависит от внешних рынков и позволяет менее болезненно переживать изменения его конъюнктуры. С другой стороны, общие темпы экономического роста в странах с потребительски ориентированной моделью оказываются несколько ниже. Они становятся менее привлекательными для иностранных инвесторов.

Среди стран Вышеградской группы наиболее яркими представителями этих двух моделей можно считать экономику Чешской Республики и Польши.

Украинская макроэкономическая модель является эклектической, соединившей в себе большей частью не преимущества, а именно недостатки каждой из моделей. Во-первых, в структуре ВВП гипертрофированно увеличен удельный вес потребительских расходов домохозяйств. Как следствие, фактически происходит деиндустриализация экономики, что отражается в чрезмерном удельном весе занятых в сфере услуг. – 68,4%. Как правило, это характерно для стран с показателем ВВП на душу населения в 3 раза выше украинского. Во-вторых, значительный внутренний спрос, создаваемый большими потребительскими расходами, покрывается не за счет наращивания отечественного производства, а за счет опережающего роста импорта, что приводит к отрицательным значениям показателя чистого экспорта. Это служит одной из причин сокращения золотовалютных резервов. В Украине этот показатель в расчете на душу населения почти в 11 раз ниже, чем в Чешской Республике! В-третьих, Украина не является привлекательной для иностранных инвесторов. Даже те средства, которые пришли в Украину и классифицированы как иностранные инвестиции, очень часто по сути таковыми не являются. Но даже с их учетом прямые иностранные инвестиции в расчете на душу населения в Украине в 5 раз меньше чем в Польше и 10 раз меньше, чем в Чешской Республике.

По нашому мнению, Украине целесообразно:

– принять за базовую потребительски ориентированную модель. Производственно ориентированная модель сразу вызовет неприятие обществом и может спровоцировать социальные конфликты. Но даже при этом необходимо будет несколько сократить удельный вес потребительских расходов в ВВП;

– ориентировать и отечественные, и иностранные инвестиции на решение проблем реиндустриализации. Это очень сложная задача, но решить макроэкономические проблемы, проблемы насыщения внутреннего рынка товаров, снижения безработицы и увеличение экспорта только за счет сферы услуг невозможно.

**Список использованных источников:**

1. Declaration on Cooperation between the Czech and Slovak Federal Republic, the Republic of Poland and the Republic of Hungary in Striving for European Integration [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.visegradgroup.eu/documents/visegrad-declarations/visegrad-declaration-110412-2> - свободный. - Язык англ.
2. GDP per capita (current US\$) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD/countries> - свободный. Язык англ.
3. Задоя А.А. Структура совокупного спроса: компаративный анализ / А.А. Задоя // Академічний огляд. – 2013. - №1. - С.12-18

**Т.М. Мельник**, д.е.н., професор,  
Київський національний торговельно-економічний університет

## **ПРОБЛЕМИ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ**

Можливості інерційного зростання економіки України за рахунок традиційних чинників зростання, зокрема сприятливої світової кон'юнктури на ключові низько- та середньотехнологічні позиції українського експорту, дешевої ресурсної бази, низької вартості робочої сили поступово вичерпуються, що підтверджується зниженням зовнішнього попиту на традиційні експортні товари, зростанням імпорتنих товаропотоків та надвисоким рівнем насиченням внутрішнього ринку імпортованими товарами. Серйозним фактором, який ще більше загострив ситуацію в українській економіці стала неоголошена війна з Російською Федерацією, як наслідок у IV кв. 2014 р. ВВП України зменшився на 5,3% порівняно з аналогічним періодом минулого року, рівень безробіття досяг 8,4%, інфляції – 121,2%, падіння експорту за січень-листопад 2014 р. становило 11,3%, імпорту – 27,6%, а девальвація гривні на кінець листопада за підрахунками Міністерства економічного розвитку і торгівлі становила 89,4% [1]. В таких умовах засобом насичення внутрішнього ринку товарами може стати імпортозаміщення на основі імплементації інструментів та механізмів

регулювання, які б дозволили стримати процеси зростання імпорту та удосконалити його структуру, водночас орієнтуючись на стратегічні пріоритети та завдання соціально-економічного розвитку України.

Відсутність стратегічного підходу до вирішення проблеми насичення внутрішнього ринку за рахунок відповідного збільшення обсягів внутрішнього виробництва на основі розвитку імпортозамінної продукції призводить до формування високої залежності внутрішнього ринку від імпорту, а також до необхідності нарощування експорту з метою покриття дефіциту рахунку поточних операцій платіжного балансу. Відкритість національної економіки закріплює вразливість внутрішнього ринку від коливань зовнішньої кон'юнктури та несприятливих світових тенденцій (волатильності цін на енергоносії, зменшення цін на основні товари українського експорту тощо). Відтак, виникає потреба у зниженні імпортозалежності товарних ринків, створення умов для зниження залежності від кон'юнктури зовнішніх ринків, забезпечення позитивного впливу імпорту на виробництво, зміцнення на цій основі конкурентоспроможності вітчизняної економіки.

Світова практика демонструє, що пасивна роль держави в системі регулювання імпорту товарів поступово призводить до втрати окремими галузями економіки конкурентоспроможності навіть на внутрішньому ринку. Однак, це не означає, що державі за рахунок власних коштів необхідно підтримувати такі галузі. На нашу думку, роль держави в процесі імпортозаміщення полягає у наданні організаційного та адміністративного сприяння бізнесу у розвитку тих видів діяльності, які будуть комерційно вигідні, особливо в зіставленні з прибутковістю аналогічних європейських чи інших виробництв з метою формування у ділових кіл інтересу до диверсифікації діяльності, до виробництва в Україні нових або більш якісних товарів, створення ринкової інфраструктури, орієнтованої на експорт [2, с.9].

Стратегія імпортозаміщення є однією з форм торговельного протекціонізму, метою якої є сприяння розвитку місцевого виробництва у рамках обраних певним чином галузей, що задовольняють внутрішній попит на імпортовані товари. Вона переважно використовувалась країнами, що розвиваються а відтак, можна припустити, що основою теорії імпортозаміщення є теорії розвитку периферійної економіки. Збільшення масштабів міжнародної торгівлі, формування світового ринку і поглиблення міжнародного поділу праці відіграли в житті країн, що розвиваються неоднозначну роль. З одного боку, зазначені процеси стали основою для включення цих країн у сферу загального економічного розвитку. З іншого – цей процес відбувся у рамках і на базі так званого “залежного типу розвитку”. Перебуваючи у залежності від інтересів і потреб постіндустріальних країн, країни що розвиваються “знаходяться на траєкторії наздоганяючого розвитку”, яка спрямована на досягнення світового економічного авангарду.

У посткризові роки залежність української економіки від імпорту суттєво змінилась. Якщо в докризові роки у структурі імпорту домінували споживчі товари, то нині їх значення для української економіки помітно знизилось,

натомість спостерігається зростання виробничої залежності від імпорту: суттєво зріс імпорт товарів проміжного споживання, зросла частка імпорту у витратах підприємств на сировину, матеріали, комплектуючі і напівфабрикати. За підсумками 2013 р. виробнича залежність економіки України від імпорту становила 29,7%, що на 5,8 в.п. вище рівня 2003 р., тобто майже третина товарів і послуг для проміжних витрат постачалась на ринок із інших країн. Впродовж 2007–2011 рр. вона зростала, досягши свого піку у 2011 р. (табл. 1).

Таблиця 1

**Виробнича залежність економіки України від імпорту  
у 2003–2013 рр., %<sup>1</sup>**

Показник	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Всього по економіці</b>	<b>23,9</b>	<b>22,7</b>	<b>19,8</b>	<b>20,4</b>	<b>20,1</b>	<b>21,6</b>	<b>26,0</b>	<b>30,6</b>	<b>33,0</b>	<b>30,9</b>	<b>29,7</b>
Промислове виробництво	39,9	40,5	33,5	32,8	35,2	36,2	36,2	42,9	44,6	52,9	52,8
Видобування корисних копалин	47,8	47,0	39,2	37,0	35,6	39,4	36,4	46,2	45,7	57,4	54,5
Галузі обробної промисловості	31,9	34,0	27,9	28,6	34,7	33,0	36,0	39,6	43,5	48,3	51,2
Виробництва споживчого попиту <sup>2</sup>	26,0	30,4	25,8	23,4	30,4	29,0	39,6	40,9	43,2	38,0	40,1
Сировинний сектор <sup>3</sup>	27,5	26,2	23,4	26,2	27,7	29,2	32,4	35,4	40,4	47,3	49,2
Машинобудування <sup>4</sup>	42,3	45,4	34,4	36,3	46,0	40,8	36,0	42,4	46,8	59,7	64,2
Будівництво	2,0	2,5	1,3	0,9	0,5	0,3	0,8	1,2	1,0	1,5	1,0
Торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	0,2	0,2	0,2	-	0,4	0,5	3,0	3,4	3,9	5,6	5,4
Транспорт і зв'язок	6,4	11,2	13,6	15,1	14,6	16,7	27,1	28,6	23,5	36,8	35,1
Транспорт	9,6	19,4	20,2	24,4	23,5	27,3	45,5	48,7	37,5	36,8	35,1
Зв'язок	3,1	2,9	7,0	5,8	5,6	6,1	8,6	8,5	9,4		

*Джерело: розраховано автором за даними [1]*

У промислового виробництва виробнича залежність у 2013 р. становила 52,8% (у 2003 р. – 39,9%), при цьому надвисокою є виробнича залежність у

<sup>1</sup> Виробнича залежність від імпорту розраховується як частка імпорту у витратах підприємств на сировину, матеріали, напівфабрикати і комплектуючі вироби для виробництва і продажу продукції (товарів, робіт, послуг).

<sup>2</sup> Виробництво харчових продуктів, у т.ч. напої і тютюнові вироби; текстильне виробництво; виробництво шкіри, виробів зі шкіри і взуття; целюлозно-паперова і поліграфічна діяльність.

<sup>3</sup> Обробка деревини і виробництво виробів з деревини; виробництво коксу і продуктів нафтоперероблення; хімічне виробництво; виробництво гумових й пластмасових виробів; виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції; металургійне виробництво і виробництво готових металевих виробів.

<sup>4</sup> Виробництво машин і устаткування; виробництво електронного та оптичного устаткування; виробництво транспортних засобів і устаткування.

видобуванні корисних копалин (54,5%). Рівень виробничої залежності від імпорту і його динаміка визначає перспективи подальшого зростання української промисловості в умовах системного послаблення національної валюти. Здорожчання випуску у зв'язку зі зростанням гривневої вартості імпортованих сировини, матеріалів і комплектуючих можна перенести на відпускну вартість виробленої продукції у край обмежених масштабах через низький рівень зростання внутрішнього попиту в економіці України. У той же час цей показник характеризує потенціал стратегічного імпортозаміщення як двигуна розвитку економіки України у середньостроковій перспективі.

Механізм посилення виробничої залежності українських підприємств від імпорту можна пояснити тим, що в основі процесу лежить попит на продукцію, для виробництва якої вітчизняному виробнику необхідні більш якісні сировина, матеріали і комплектуючі. Враховуючи можливість конкуренції з імпортованими аналогами чи заповнення вільної ніші на ринку, українське підприємство звертається до постачальників з вимогою покращення характеристик продукції, що постачається або зміни її номенклатури. Якщо технологічний рівень прямих постачальників недостатньо високий або у разі їх незгоди, підприємство змушене закуповувати високоякісну імпортовану сировину, матеріали і комплектуючі для завершення виробничого циклу.

Відтак, посилення виробничої залежності від імпорту пов'язане з тим, що на одному з рівнів виробничого ланцюга виробник не готовий відреагувати на попит за допомогою технологічної модернізації (інвестиції в основний капітал) через відсутність підприємницької ініціативи чи нестачі ресурсів. Безумовно, в періоди укріплення національної валюти для українських підприємств може бути вигіднішим використання імпортованих товарів для проміжного споживання. Однак, разом з тим, зростання виробничої залежності української економіки від імпорту є результатом не стільки залученості її в світові виробничі ланцюги, скільки недостатньої інвестиційної активності, відмови від реалізації модернізаційних проектів і неефективної реакції на приріст внутрішнього попиту [3].

Проведене дослідження масштабів імпортоспоживання в економіці України дозволило сформулювати такі основні проблеми:

1) Перевищення обсягів імпорту над власним виробництвом, яке за рівнем конкурентоспроможності поступає імпортованим аналогам за ціною та якістю, а відтак, відбувається витіснення вітчизняних товаровиробників з внутрішнього ринку України.

2) Зростаюча залежність промисловості України від імпортованих комплектуючих, матеріалів та сировини, зокрема у таких видах діяльності, як видобування енергетичних матеріалів, легкій промисловості, машинобудуванні, хімічній та нафтохімічній промисловості. У 2013 р. третина товарів для проміжного споживання постачалась на ринок з інших країн, що на фоні низького рівня вертикальної спеціалізації та фрагментації виробництва вказує на нерозвиненість та незалученість промисловості України до міжнародних інтегрованих структур.



3) Зменшення частки імпорту у валовому нагромадженні до 11-10,4% у 2010-2013 рр., що вказує на скорочення поставок новітнього та прогресивного устаткування і обладнання з-за кордону та оновлення технологічного потенціалу в основному за допомогою вітчизняного устаткування, яке не є передовим.

4) На ринку непродовольчих товарів внутрішній попит на 61,0% задовольняється за рахунок імпорту, а за окремими товарними позиціями – на 90% і більше, що вказує на неможливість вітчизняного виробника забезпечити задоволення споживчого попиту за якістю та рівнем технологічності виробництва.

5) Суттєва залежність імпорتنих цін від обмінного курсу гривні до долара США. Знецінення національної валюти призводить до економічних втрат імпортерів. За таких умов зазвичай розширюється попит на товари внутрішнього виробництва за рахунок зростання його цінової конкурентоспроможності, однак вона є обмеженою з огляду на високу частку імпорту товарів для проміжного споживання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Мельник Т. Імпортоспоживання в Україні: масштаби та тенденції / Т. Мельник, К.С. Пугачевська // Вісн. КНТЕУ. – 2014. – № 4(96). – С.5–19
3. Фактори макроекономічної нестабільності в системі моделей економічного розвитку : кол. моногр. / за ред. М. І. Скрипниченко ; НАН України, Ін-т екон. та прогнозів. – К., 2012. – 720 с.

**Л.О. Петкова**, д.е.н., професор,  
Черкаський державний технологічний університет

### **ТРЕНДИ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В КОНТЕКСТІ КРАЇН ІЗ ЗРОСТАЮЧИМИ РИНКАМИ**

В остаточно сформованій на початку ХХІ ст. глобальній моделі економічного розвитку посилюються загрози, обумовлені наростанням суперечностей глобалізації, нагромадженням скепсису відносно переваг останньої в суспільствах як розвинутих країн, так і країн з економіками, що розвиваються. Незважаючи на триваючу дію чотирьох ключових тенденцій, – транснаціоналізації національних економік та посилення їх взаємозалежності; посилення регіональних та субрегіональних інтеграційних процесів; соціалізації світової економіки та формуванні глобального інституціонального середовища економічної діяльності [1, с. 5], сучасна модель глобального економічного розвитку, очевидно, себе вичерпала.

Домінування в ХХ ст. країн тріади (США, Японії, Європи) в 75-80 % світового торговельно-економічного та інвестиційно-фінансового простору,

дозволило досягнути безпрецедентної поляризації розподілу світового доходу, інтелектуального, фінансового капіталу тощо. Певну альтернативу домінуванню розвинутих країн в глобальному економічному розвитку останні роки складають країни із зростаючими ринками, передусім, Китай, держави Південно-Східної Азії. Джерелами прискореного розвитку цих країн є використання як національного ресурсно-економічного потенціалу, так і переваг глобалізації, зокрема, залучення національних економік до глобального відтворювального процесу та визначальної ролі інноваційних проривів.

Глобальний простір перебуває в постійному русі, трансформації, що стосується його як гео економічної, так і геополітичної складових. Нагромадження суперечностей глобалізації, вкрай нерівномірний розподіл її наслідків та вигод призводять до міжрегіональних протистоянь в площині не лише економічного, соціального розвитку, але цивілізаційних, культурно-ціннісних. За умов звуження ресурсних можливостей глобального розвитку та посилення міжкраїнових асиметрій, спостерігається лише посилення частоти та сили таких протистоянь.

Грунтовне дослідження ризиків глобального розвитку здійснюється в останні десять років фахівцями Всесвітнього економічного форуму [2]. Ситуація 2015 р. обтяжена дією тринадцяти ключових часових трендів, які варто розглянути в контексті їх потенційного впливу на формування нових закономірностей світового економічного розвитку.

Старіння населення, що обумовлено скороченням народжуваності, торкнулось як розвинутих країн, так і країн, що розвиваються. Усвідомлення загрози кардинальних змін національних ринків праці та обмеження дії людського капіталу як фактора економічного зростання, спонукають до нагальних заходів регулювання. Показово, що найбільша за населенням країна світу, КНР пом'якшує запроваджену в 1970-х рр. демографічну політику «однієї дитини».

Зміни клімату, що мають численні причини об'єктивного характеру, посилюються некерованою антропогенною діяльністю. Погіршення екологічної ситуації в світі внаслідок ресурсоемного виробництва не лише знижує якість необхідних для життєзабезпечення природних ресурсів, але обмежує потенціал глобального економічного зростання.

Упродовж останніх десятиліть в світі зростала кількість «середнього» класу в країнах із зростаючими економіками та посилюлись процеси урбанізації. Це стало свідченням не лише позитивних соціально-економічних зрушень, але в найближчому майбутньому спричинить тиск платоспроможного попиту на національне та глобальне суспільне відтворення, підвищить цінність людського капіталу і витрати виробництва, посилить антропогенний тиск на довкілля.

В світі зростає кількість хронічних захворювань, що обумовлено кардинальними змінами умов життя людини. Тим самим, понижується якість життя людей, зростає соціальне навантаження на економіку.

Зростає соціальна та нерівність в розподілі доходів як в національному, так і в глобальному вимірах. Так, на тлі зменшення абсолютної бідності

(чисельність людей, що мають дохід менше 1,25 дол. США на день) з 50 % населення світу в 1990 р. до 22 % в 2010 р., не відбулось аналогічного скорочення в діапазоні доходів від 3 до 6 дол. США. В тій же КНР в період з 1980-х по 2010 рр. величина Індексу Джині зріс із 30 до 50 [2, с. 15].

Технологічні нововведення повсякчас змінюють як зміст та форми, та і середовище міжнародного бізнесу. Сучасні транспортні засоби мінімізують логістичні витрати та посилюють географічну мобільність, зростання мережевих систем, гіперпідключеність до них як посилюють персональну цифрову залежність, так і формують обриси нової технологічної моделі світу, на кшталт, проголошеної 2011 р. в Німеччині четвертої промислової революції. Спрямованість останньої зводиться до підвищення конкурентоспроможності обробної промисловості через посилену інтеграцію «кіберфізичних систем» (CPS) до заводських процесів.

Зростання патріотизму та національної самоідентифікації в сучасних умовах можна трактувати, принаймні, з двох позицій – як закономірне явище в циклічному глобальному розвитку, що приходить на зміну глобалізаційному ентузіазму і, як інструмент реалізації геополітичних прагнень світових лідерів чи суб'єктів, що реалізують амбіції щодо власного лідерського статусу. Уява про посилення ролі держави у вирішенні питань національного економічного розвитку на відміну від глобалізму, посилює націоналізм у внутрішній та зовнішній політиці ключових учасників світового ринку. За висновками експертів ВЕФ, посилення націоналістичних тенденцій обумовило зростання популярності політиків-націоналістів в Індії, «Кримську кризу» як результат посилення націоналістичних прагнень Росії, посилення євроскептицизму в європейських країнах тощо.

На тлі ускладнення геополітичної архітектури, посилюється роль регіональних при ослабленні дієвості глобальних центрів. Зниження рівня довіри до інститутів міжнародного управління, актуалізує завдання їх трансформації та якісного оновлення.

Зазначений перелік ключових трендів глобального розвитку визначає спрямованість середньо- та довгострокових тенденцій розвитку світової економіки. Нагромаджується перелік системних проблем країн з емерджентними ринками – багаторічного локомотиву глобального економічного розвитку. Політика підвищення стійкості до зовнішніх шоків в країнах, що розвиваються, ускладнюється значними дисбалансами внутрішньої економіки та скороченням темпів зростання. До того ж, зростання зовнішніх запозичень для подолання наслідків глобальної фінансової кризи, посилює вразливість їх економік до більш жорстких світових фінансових умов, визначених клубом розвинутих країн, які в посткризовий період зуміли відновити баланси, наростити капітали, посилити механізми фінансування.

Таким чином, перспективи країн із зростаючими ринками включають скорочення темпів економічного зростання, що фіксується упродовж останніх чотирьох років; за умов триваючого падіння цін на біржові товари, реальним є падіння їх інвестиційного рейтингу. Тим самим, першочерговим завданням

державної політики залишається вирішення структурних та інституціональних проблем економічного розвитку.

**Список використаних джерел:**

1. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование : монография / под. науч. ред. проф. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. – К. : КНЭУ, 2013. – 466 с.
2. Global Risks 2015 : 10th Edition – World Economic Forum, 2015. – 65 p.

**О.В. Шкурупій**, д.е.н., професор,

**Т.О. Білоброва**, к.е.н., доцент,

**С.І. Туль**, здобувач,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

## **ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА БЕЗРОБІТТЯ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇЇ ВИРІШЕННЯ**

Криза зайнятості у наш час перетворилася із регіональної на глобальну тенденцію. За даними доповіді Міжнародної організації праці (МОП) «Глобальна зайнятість і соціальна перспектива: тенденції 2015 р.» [1], до 2019 року чисельність безробітних у світі зросте до 212 млн. осіб з нинішніх 201 млн. Як зазначають автори дослідження, це обумовлюється поєднанням ряду факторів: уповільненням зростання світової економіки, збільшенням нерівності доходів населення всередині країн, існуванням розбіжностей у рівні життя між країнами (розвинутими, що розвиваються, слаборозвинутими країнами), зростанням нестабільності у глобальному масштабі.

Особливою проблемою сучасної економіки є зростання безробіття серед молоді. Якщо загальний рівень безробіття в світі у 2014 р. становив близько 6%, то безробіття молоді у віці від 15 до 24 років оцінюється як 13%. За висновками експертів, цей негативний процес матиме місце і надалі. Проблема молодіжного безробіття залишається актуальною для більшості країн світу. Найвищий рівень безробіття серед молоді – у Греції та Іспанії (майже 50%). В Україні в 2015 р. цей показник досяг максимуму за останні 15 років – близько 23% [2].

Як вже зазначалося у наших попередніх дослідженнях [3], факт існування безробіття серед молоді простежується в усіх періодах суспільного розвитку, але новою тенденцією є глобальний масштаб та швидкі темпи її зростання у період макроекономічного підйому багатьох економік світу.

Криза зайнятості серед молоді є однією з ключових характеристик життя сучасного соціуму, світу, яка стала особливо наочною після різкого економічного спаду 2008-2009 рр. Проте природа цього явища пов'язана не стільки з циклічністю, скільки зі структурними змінами в економіці. Дійсно, глобальна економічна криза суттєво трансформувала життя суспільства у всіх

його сферах, але передумови структурної трансформації зайнятості та ринку праці почали виявляти себе ще до кризи – з того часу, коли розпочалися процеси формування шостого технологічного укладу. Зміни були обумовлені масштабною перебудовою економіки, зміною структури попиту та пропозиції на ринку праці, ліквідацією застарілих галузей і професій. По мірі поглиблення, тенденція поширення глобального безробіття набуває нині якісно нових ознак. Зокрема, утвердилась тенденція зростання зайнятості серед молодого населення у віці 15-24 років на низькооплачуваних посадах; збільшення чисельності зайнятих в неформальній економіці; зростання рівня безробіття серед молоді з вищою освітою; скорочення кількості робочих місць в умовах гострого браку висококваліфікованих кадрів, наприклад інженерних спеціальностей; посилення дискримінації за ознакою статі.

Серед причин глобальної кризи зайнятості науковці та практики нерідко вказують розвиток та швидку інтеграцію новітніх інформаційних технологій у виробництво, що в економічній теорії прийнято вважати структурним (технологічним) безробіттям. Однак, на думку Дж. Бессена [4], яку ми поділяємо, робітники витісняються на робочі місця, які потребують нових знань та навичок, але не замінюються новими технологіями у повній мірі.

Зважаючи на це, важливо зазначити, що комп'ютеризація не зменшує кількість робочих місць, а створює нові професії. Наприклад, поширення банкоматів спричинило появу додаткових та професійних компетенцій, якими повинні були оволодіти касири, зокрема налагодження довіри між банком та клієнтом, продаж високорентабельних продуктів та послуг, що було на той час неможливо зробити за допомогою машини. У легкій промисловості до робітників ткацького цеху висувалися вимоги координації одночасної роботи великої кількості станків. У кожному з таких випадків робота вимагає знань та навичок, які якісно відрізняються від попередніх кваліфікацій.

По мірі посилення згаданих вище тенденцій з'являються новітні форми зайнятості (зокрема, фріланс). Під впливом розвитку та поширення інформаційно-комп'ютерних технологій (ІКТ) відбулися помітні зміни в організації виробничого процесу і трудової діяльності. «Стаціонарна» зайнятість стала доповнюватися «телезанятістю» або віддаленою працею за використання ІКТ.

Тенденція до збільшення обсягу робіт, які виконуються віддалено, тобто телепрацівниками, протягом останніх десятиліть посилюється в глобальному масштабі. Важливо зазначити, що серед телепрацівників виділяють надомних працівників, мобільних працівників та працівників телецентру. Перші (надомні працівники) виконують свої обов'язки вдома щонайменш один день на тиждень, а для зв'язку із керівництвом використовують електронну пошту, внутрішньокорпоративні мережі та бази даних, а також новітні комунікаційні технології мережі Інтернет, зокрема Skype. Другі (мобільні працівники) виконують свої обов'язки у відрядженні або на об'єктах клієнтів, використовуючи для зв'язку з організацією аналогічні засоби. Треті (працівники телецентрів) працюють у спеціалізованих центрах (у приміщеннях,

оснащених для такого виду роботи). У цьому випадку організація пропонує робочі місця для співробітників сторонніх організацій, беручи на себе обов'язки оснащення цих робочих місць оргтехнікою і засобами комунікації (швидкісним доступом до мережі Інтернет, загальнодоступними базами даних, програмними продуктами тощо) [5].

Особливого поширення набула така новітня форма зайнятості, як фріланс – форма самозайнятості, яка передбачає віддалене виконання певного виду робіт на позаштатній основі через мережу Інтернет. Згаданий вище процес по суті є віртуалізацією трудових відносин у глобальному масштабі.

За нашими дослідженнями [6], у сучасній економіці на основі швидкого розвитку інноваційних технологій змінюються форми зайнятості, праця стає переважно дистанційною і не обмежується географічним простором та часом, а її ефективність залежить від налагодженої системи комунікацій у віртуальному просторі.

Віртуалізація праці у наш час трансформує споживачів у співробітників і навпаки – співробітників у споживачів. Таке явище дістало назву «краудсорсинг», що є мобілізацією людських ресурсів за опосередкування інформаційних технологій для якомога більш ефективного та оперативного вирішення завдань, які постають перед бізнесом, державою та суспільством у цілому [7]. Провідні міжнародні компанії у пошуках якомога кращих рішень звертаються до тих споживачів, які можуть розробити, розвинути і виконати ці проекти відповідно саме до власних потреб. Перевагами краудсорсингу є: велике охоплення, широке розмаїття вибору пропозицій і, в окремих випадках, значна економія ресурсів; залучення значного числа користувачів (вони одночасно є і виконавцями робіт, і клієнтами, які вже сформуvalи свої споживчі очікування, що в умовах глобальної конкуренції набуває особливо важливого значення).

Отже, безробіття є глобальною проблемою розвитку сучасного суспільства, особливістю прояву якої є не тільки зростання кількості незайнятого населення у світі в цілому, але й деструктивні зміни, пов'язані зі зростанням кількості незайнятої молоді. Небезпечність цієї ситуації полягає у тому, що через неповне використання трудового потенціалу найбільш продуктивної частини суспільства, суттєво втрачаються можливості світового економічного розвитку, а також розвитку окремих країн. Разом з тим, варто зазначити, що суспільство не позбавлене можливості вирішення названої проблеми. Відповіддю на глобальний виклик є створення умов для розвитку шостого технологічного укладу. Затвердження нових постіндустріальних відносин на його основі передбачає кардинальні зміни на ринку праці, що пов'язано з появою нових високотехнологічних галузей, віртуалізацією економіки, інформаційною глобалізацією. Це в свою чергу зумовлює поширення нових форм зайнятості, особливістю яких є інтенсивне використання знань та інтелектуального капіталу.

**Список використаних джерел:**

1. World employment and social outlook: Trends 2015 [Electronic resource] // The

- website of the International Labour Organization. – 2015. – Available at : [http://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2015/WCMS\\_337069/lang--en/index.htm](http://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2015/WCMS_337069/lang--en/index.htm)
2. Армия нетрудоустроенных. Уровень безработицы в Украине достиг максимума [Электронный ресурс] // Информационный портал «РИА Новости Украина». – 2015. – Режим доступа : <http://rian.com.ua/interview/20150906/373240880.html>
  3. Bilobrova T.O. Jobless society – phenomenon of global economy [Electronic resource] / T.O. Bilobrova, S.I. Tul // Economic Processes Management: International Scientific E-Journal. – 2015. – №3. – Available at : [http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2015\\_3/2015\\_3\\_10.pdf](http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2015_3/2015_3_10.pdf)
  4. Бессен Дж. Труд и технологии [Электронный ресурс] / Дж. Бессен // Ежеквартальный журнал Международного Валютного Фонда «Финансы и развитие». – 2015. – Вып. 52. – №1. – Режим доступа : <http://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/fandd/2015/03/pdf/bessen.pdf>
  5. Лозенко В. Телеработники в организации: факты, аргументы, обобщения [Электронный ресурс] / В. Лозенко, Д. Морозов // Журнал «Управление персоналом». – 2007. – №15. – Режим доступа : <http://www.hr-portal.ru/article/telerabotniki-v-organizatsii-fakty-argumenty-obobshcheniya>
  6. Туль С.І. Особливості праці в умовах віртуалізації економіки / С.І. Туль // Парадигмальні зрушення в економічній теорії ХХІ ст. : Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2015. – С. 407-410.
  7. Что такое краудсорсинг? [Электронный ресурс] // Портал крауд-сервисов Crowdsourcing.ru. – 2015. – Режим доступа : [http://crowdsourcing.ru/article/what\\_is\\_the\\_crowdsourcing](http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdsourcing)

**О.В. Баженова**, к.е.н., доцент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **ДЕЯКІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗОВНІШНІХ ЧИННИКІВ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ**

Для визначення тенденцій економічного зростання в Україні в першу чергу необхідно окреслити його основні системоутворюючі чинники з урахуванням специфіки вітчизняної економіки.

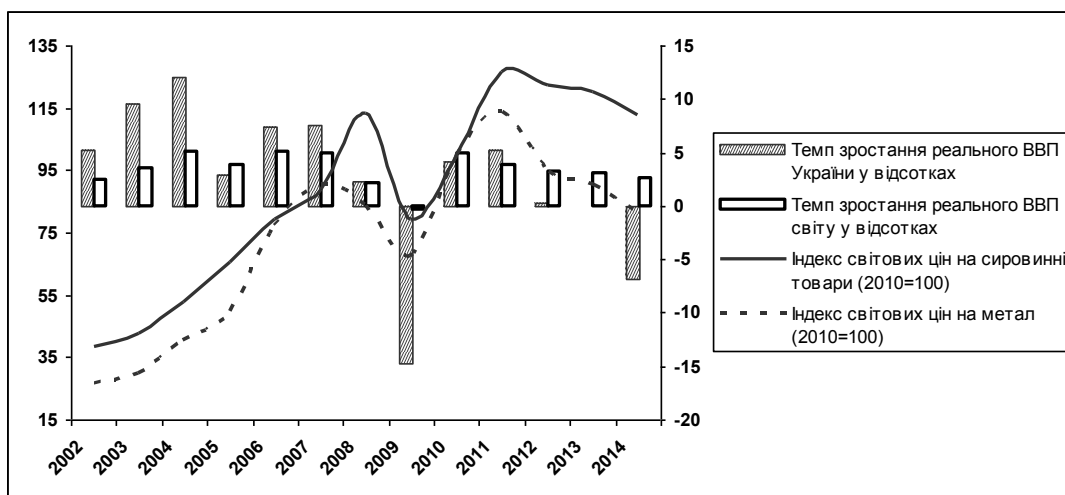
Як відомо, Україна є малою відкритою сировинною економікою, яка характеризується значною уразливістю до зовнішньоекономічних збурень. Наведемо декілька цифр. Відношення експорту товарів та послуг до номінального ВВП в Україні у 1992 році становило 23,98%, у 2014 році – 49,15%, тобто за 22 роки відбулося підвищення цього показника у 2,04 рази (розраховано автором за даними [1]), що засвідчує суттєве підвищення відкритості вітчизняної економіки. За даними Державної служби статистики

України [2] за результатами січня-серпня 2015 року експорт продукції сировинного характеру склав близько 59% від загального експорту. Для порівняння: у 2002 році – 50,54% (офіційні статистичні дані за 1991-2001 рр. на сайті Державної служби статистики відсутні). При цьому частка експорту недорогочінних металів та виробів з них в загальному експорті у січні-серпні 2015 року склала 27% (зокрема експорт чорних металів – 23,1%), зернових культур – 14,6%, жирів та олій тваринного або рослинного походження – 8,14%. У 2002 році частка експорту недорогочінних металів та виробів з них в загальному експорті становила 39,68% (експорт чорних металів – 29,89%), зернових культур – 5,56%, жирів та олій тваринного або рослинного походження – 1,91%. Ці дані, нажаль, засвідчують все більше поглиблення сировинної направленості української економіки, її експортну орієнтацію.

Значна відкритість економіки призводить до підвищення її чутливості до подій у світовому економічному просторі, що не завжди має позитивні наслідки. Зокрема, негативний ефект від надмірної уразливості до зовнішніх чинників яскраво продемонструвала світова фінансова криза 2007-2009рр.

Таким чином, можна висунути припущення, що українська економіка, суттєво залежить від кон'юнктури на світових сировинних ринках, ситуація на яких останні роки характеризується ціновим зниженням (за свідченням багатьох експертів ця тенденція буде зберігатися і на майбутнє). Так, періоди підвищення цін на сировину у світі завжди характеризувалися пришвидшенням темпів зростання реального ВВП України і навпаки (рис.1). При чому протягом 2002-2008 рр. ці темпи були навіть значно вищими за світові. Середній темп зростання в Україні за цей період становив 6,74%, в світі – 3,85%, що більше майже у два рази (розраховано автором за даними [1]). Падіння цін на метал й іншу сировину та зменшення попиту на них внаслідок світової фінансової кризи у 2009 році супроводжувалося стрімким зниженням темпу зростання реального ВВП України, а зростання цін у 2010-2011 рр. спровокувало погавлення економічної активності, що мало наслідком зростання реального ВВП на 4,15% та 5,19% України відповідно. В свою чергу подальше (з 2012 року) падіння світових цін на сировину (особливо це стосується цін на метал) супроводжувалося суттєвим падінням вітчизняної економіки. Якщо у 2012 році зростання реального ВВП ще складало 0,31%, у 2013 році вже було зафіксовано його падіння на рівні 0,04%. Проте за 2014 рік це падіння вже складало 6,8% [4, с.172]. Треба зазначити, що поряд з цим спостерігалось і зменшення темпу економічного зростання в світі (середній темп зростання реального ВВП світу за період з 2012 по 2014 рр. становив 2,95%).





**Рис.1. Динаміка темпів зростання реального ВВП України і світу та індексів світових цін на сировинні товари та метал у 2002-2014 рр.**

Джерело: побудовано автором за даними [1]

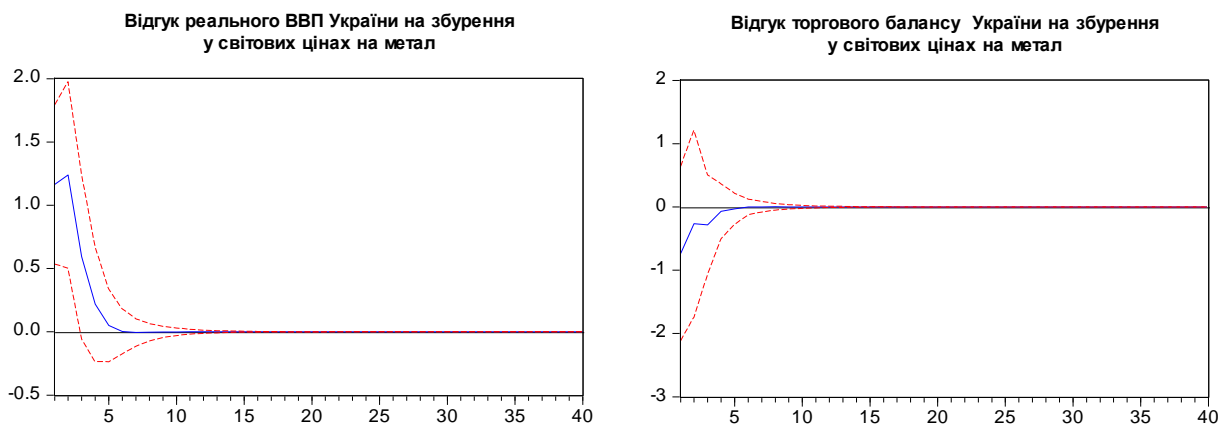
Тому світові ціни на сировину (зокрема, метал) можна вважати одним з основних чинників економічного зростання в Україні<sup>5</sup>, що кореспондується з результатами, наведеними у [3, с.13].

Для дослідження реакції індексу реального ВВП України на позитивне збурення в індексі світових цін на метал в одне середньоквадратичне відхилення нами було використано векторну модель авторегресії<sup>6</sup>. В результаті дії зазначеного шоку реальний ВВП зростає на 1,16% в першому кварталі, на 1,23% в другому кварталі. В наступних періодах ефект від дії шоку зменшується та нівелюється в шостому кварталі (рис.2). Водночас коливання індексу реального ВВП України на 42% пояснюється коливаннями світових цін на метал. Таким чином, вплив світових цін на метал на зростання реального ВВП України є суттєвим, проте має короткостроковий ефект та характеризується швидкою реакцією вітчизняної економіки на зміни цін на метал у світі.

В той же час в результаті зростання світових цін на метал спостерігається зменшення сальдо торгового балансу України на 0,73% в першому кварталі, на 0,26% - в другому, яке нівелюється в шостому кварталі (рис.2).

<sup>5</sup> Коефіцієнт кореляції між індексом реального ВВП України та індексом цін на метал складає 0,85, а індексом цін на сировину - 0,67.

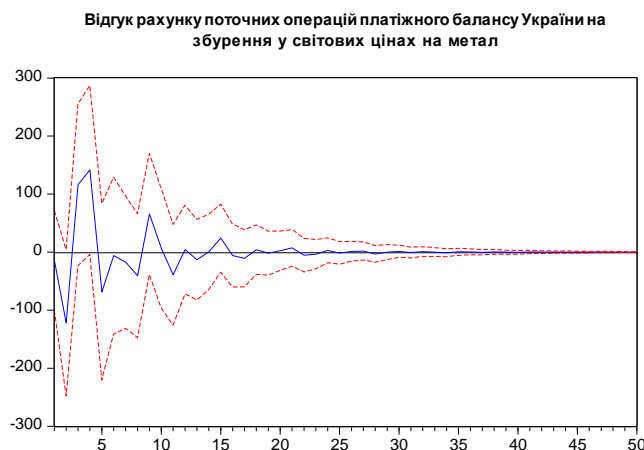
<sup>6</sup> Інформаційним джерелом дослідження виступили квартальні статистичні дані бази даних International Financial Statistics Міжнародного валютного фонду за 2001-2015 рр.



**Рис.2. Відгуки реального ВВП та торгового балансу України на збурення у світових цінах на метал**

*Джерело:* розраховано автором самостійно

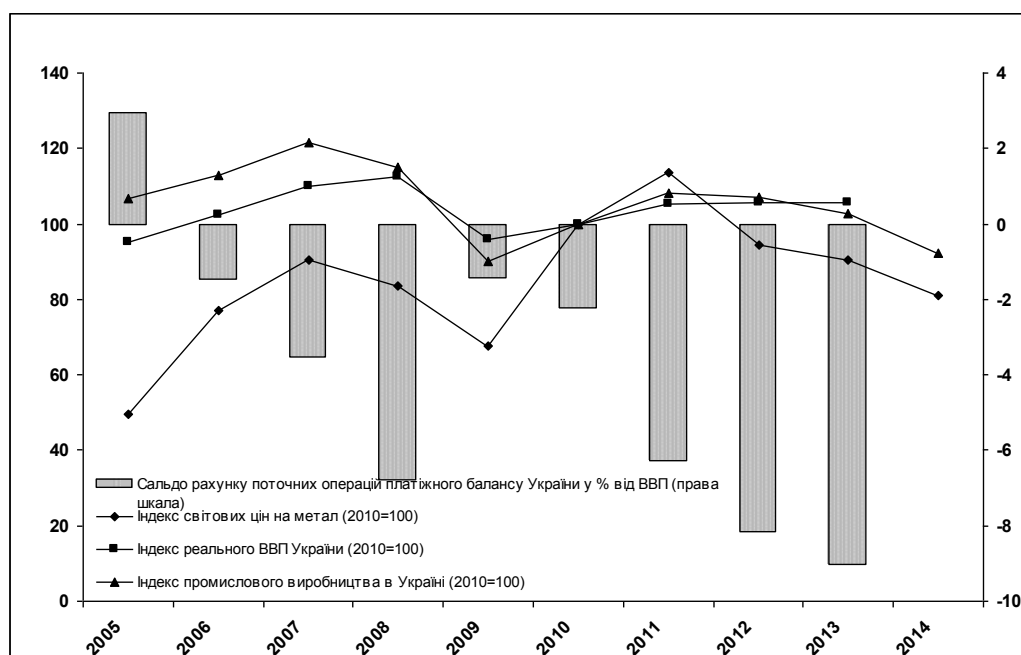
Реакція рахунку поточних операцій на збурення у світових цінах на метал не є такою однозначною: якщо протягом перших двох кварталів відбувається погіршення його сальдо (падіння на 121%), то в наступних періодах відбувається його зростання (до 141% у четвертому кварталі) та подальше коливання з наступною стабілізацією в довгостроковій перспективі (рис.3).



**Рис.3. Відгук рахунку поточних операцій платіжного балансу України на позитивне збурення у світових цінах на метал**

*Джерело:* розраховано автором самостійно

Отримані результати підтверджуються реальними даними, оскільки періоди зростання індексу світових цін на метал супроводжуються зростанням індексу реального ВВП України та погіршенням сальдо рахунку поточних операцій платіжного балансу України і навпаки (рис.4).



**Рис.4. Динаміка індексу світових цін на метал та основних макроекономічних показників в Україні протягом 2005-2014рр.**

Джерело: побудовано автором за даними [1]

#### Список використаних джерел:

1. International Financial Statistics. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://data.imf.org/?sk=7CB6619C-CF87-48DC-9443-2973E161ABEB>
2. Державна служба статистики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Стратегія партнерства з Україною на період 2012-2016 фінансових років // Міжнародний банк реконструкції та розвитку, Міжнародна фінансова корпорація, Представництво Світового банку в Україні, Білорусі та Молдові [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2012/06/06/000386194\\_20120606032218/Rendered/PDF/662790UKRAINIA00CPS0full0report0UKR.pdf](http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2012/06/06/000386194_20120606032218/Rendered/PDF/662790UKRAINIA00CPS0full0report0UKR.pdf)
4. World Economic Outlook. Adjusting to Lower Commodity Prices // International Monetary Fund. – October 2015. – 208p.

**О.А. Бурунова, к.е.н.,**  
Академія Полонійна в Ченстохові

#### СУЧАСНІ ТРЕНДИ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ПРАЦІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Глобалізація характеризується зростанням інтернаціоналізації національних економік, проникненням і конвергенцією ринків товарів і послуг,

фінансових ринків і ринків праці, зміцненням міжнародної економічної взаємозалежності й розширенням діяльності транснаціональних корпорацій.

Завдяки глобалізації повільно „стираються міждержавні кордони”, полегшується рух капіталів, ліквідовуються формальності між національними ринками праці.

Світовий ринок праці досліджується, безпосередньо, в контексті міжнародного руху населення і робочої сили (міжнародної міграції населення) і, опосередковано, через призму інтеграції міжнародного виробництва.

Глобалізаційні процеси, а одночасно і ринок праці, визначаються розвитком технологій виробництва й інформації. Технологічні інновації призводять до змін у структурі попиту на працю, зокрема в кваліфікаціях працівників, а також впливають на структурні зрушення в економіці.

Сучасній економіці притаманне зростаюче значення сфери послуг. Відомості про активність робочої сили в 50 країнах упродовж 2000–2010 років [2] вказують на структурні зміни зайнятості на ринку праці. Для всіх країн було характерне збільшення частки зайнятих у сфері послуг та зменшення питомої ваги працівників у промисловості та сільському господарстві до загальної кількості працюючих [2, с.168]. Країни з високою часткою працюючих у сфері послуг належить до групи високорозвинутих країн. Зокрема, в Люксембурзі у сфері послуг працювало 76,6% (2000 рік) і 81,1% (2010 рік) від загальної кількості працюючих.

Значний вплив на сучасний стан ринку праці має старіння населення країни, що призвело до змін як у попиті, так і пропозиції праці. У багатьох країнах світу спостерігається зростання зайнятості у найстарших вікових групах і перенесення часу виходу на пенсію, а також зменшення кількості молодих працівників на ринку праці. Останнє є своєрідним викликом для соціальної політики.

Поява Інтернету на початку 90-х років минулого століття поклато початок не тільки змінам в інформаційних і комунікаційних технологіях, але, одночасно, і вплинуло на виконання праці й зайнятість. Технологічна революція призвела до виникнення сфер із застосуванням високого рівня знань. Постійно інновації будуть вимагати від працівника підвищення кваліфікації, існуватиме концепція «навчання ціле життя».

Наступним трендом на ринку праці є підвищення рівня освіти жінок і зростання їх активності на ринку праці. В країнах ОЕСР кількість активно працюючих жінок у віковій групі 15 – 64 років зростає з 58% у 1990-ому до 65% у 2011 році. Причиною того, є професійні прагнення жінок, бажання фінансової незалежності й потреба збільшити контроль над власним життям.

Трансформаційні процеси у світовій економіці, розвиток Інтернету й комунікаційних технологій, культурні зміни у багатьох країнах світу визначають характер і спосіб виконання праці. Польські дослідники виділяють кілька характерних тенденцій на національних ринках праці [1, с. 17-18].

1. Менша тривалість цивільно-правної умови праці.
2. Тимчасова праця.

3. Виконання праці впродовж неповного робочого дня.
4. Більша еластичність щодо часу виконання праці.
5. Більша еластичність щодо місця виконання праці.
6. Часті зміни місця роботи і збільшення кількості роботодавців

Більшість із представлених трендів на ринку праці знайшли своє відображення в Польщі. З 90-х років XX ст. у нашій державі систематично зростає зайнятість у сфері послуг, а зменшується – у промисловості (табл. 1).

Таблиця 1

**Зайнятість на польському ринку праці відповідно до секторів економіки**

Польща	Роки	Сектори економіки		
		Сільське господарство	Промисловість, будівництво	Послуги
		в % до кількості працюючих		
	1994*	23,0	32,0	45,0
	2000**	18,8	30,8	50,4
	2006*	15,8	30,0	54,2
	2010**	12,9	30,2	56,9

Джерело: \*[3], \*\*[2]

Показник зайнятості жінок у Польщі, так само, як і в інших розвинутих країнах, є нижчим, ніж показник зайнятості чоловіків, і в 2012 році він дорівнював 57,5% [2].

Наступним позитивним на польському ринку праці в останніх роках є зростання кількості зайнятості як серед жінок, так і серед чоловіків у старшій віковій групі. Зокрема, зайнятість серед жінок зросла з 36% у 2004-ому до 49,2% у 2012 році, а серед чоловіків, відповідно, з 21% до 29,2% [2].

Польща належить до держав з високою часткою еластичних форм зайнятості. Питома вага осіб, котрі працюють на підставі цивільно-правної умови про працю на визначений термін виразно збільшилася після 2003 року. В державі існують альтернативні способи працевлаштування (*umowa o dzieło, umowa zlecenia*).

Економічні, технологічні й демографічні зміни у світовій економіці створюють для працівників, роботодавців і урядів одночасно багато нових шансів і можливостей, так і загроз.

**Список використаних джерел:**

1. Grycuk A. Najważniejsze tendencje na rynkach pracy w krajach rozwiniętych / Andrian Grycuk // Studia Biurza Analiz Sejmowych. – 2013. - № 4 (36). – S. 9 – 25.
2. Rocznik statystyki międzynarodowej. 2012. – Warszawa, Zakład Wydawnictw Statystycznych, 2012. – 614 s.
3. Dach Z. Przemiany współczesnych rynków pracy / Zofia Dach // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. - 2008. - №6. – S. 257.

**А.О. Вітренко**, к.е.н, доцент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## **ТАКСОНОМІЯ ПОСЛУГ В УМОВАХ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Теорія постіндустріалізму та сучасна господарська практика, яка дає нам змогу стверджувати про зростаючу роль та значення послуг в суспільстві та світовій економіці, виступають постійною основою для впровадження в господарську практику та теоретичного дослідження високо диверсифікованих та гетерогенних видів економічної діяльності людини. Можемо стверджувати, що сучасні види послуг характеризуються різноманітними характеристиками, вимогами до кваліфікації найманих працівників, різною продуктивністю, інтенсивністю, різноманітністю факторів виробництва, темпами зростання обсягів надання, тощо. Ця багатогранність послуги досліджується в економічній літературі на двох рівнях, як вже було визначено раніше. Проведене нами дослідження, дає змогу стверджувати що послуги також досліджуються в економічній науці на макро- та макрорівнях. Дослідження на мікрорівні зазвичай покладаються на тематичні дослідження в окремих галузях або сферах послуг з метою виявлення їх особливостей. В свою чергу, дослідження на макрорівні намагаються дослідити послуги через механізм їх класифікації за гомогенними ознаками та згрупувати їх у подібні категорії. В нашому дослідженні, на основі вищевикладеного матеріалу, ми будемо намагатися створити інтегровану багатовимірну модель класифікації послуг в сучасній постіндустріальній економіці поєднавши прикладні та теоретичні типології, дослідження послуг на макро- та мікрорівнях.

Проаналізувавши доступні нам економічні дискусії про різноманітні аспекти послуг, можемо зробити висновок, що існує три особливі характеристики послуги, які звертають на себе основну увагу як науковців так і практиків господарського життя і на основі яких можна сформулювати сучасну класифікацію послуги, як економічної категорії в постіндустріальному суспільстві:

- 1) джерело попиту;
- 2) інтенсивність використання знання;
- 3) інтенсивність використання технології.

Кожна з цих характерних класифікаційних має на увазі різні типи економічної активності та різні наслідки для економічної системи. В результаті побудови даної класифікації ми досягнемо як теоретичних так і практичних цілей, які дозволять нам показати всю сучасну різноманітність послуг в постіндустріальному суспільстві, їх значимі відмінності між собою, показати роль різних значущих факторів у покращенні продуктивності послуг, підвищення рівня їх інноваційності, зростанні обсягів економіки.

Джерело попиту – на рівні з місцем послуги в системі економічного відтворення є одним з найбільш обговорюваних в наукових джерелах та

джерелах прикладної економічної інформації класифікаційних характеристик послуг. Ми вважаємо, що за цією класифікаційною ознакою всі послуги можна розподілити на дві частини:

1) Споживчі послуги – мають приватний або суспільний характер, надаються індивіду чи домогосподарству, як кінцевому споживачу їх корисного ефекту та не можуть бути перепродані іншим споживачам. Джерелом виникнення попиту на споживчі послуги є потреби індивіда чи домогосподарства.

2) Професійні послуги – мають приватний або суспільний характер, надаються підприємствам та організаціям, як кінцевим споживачам їх корисного ефекту, можуть бути перепродані іншим споживачам. Джерелами виникнення та зростання попиту на професійні послуги в сучасному постіндустріальному суспільстві є: 1) концентрація сучасних підприємств на вирішення своїх основних завдань та створення попиту на аутсортингові послуги з управлінської підтримки підприємства чи організації; 2) зміна характеру та постійний процес спеціалізації праці в постіндустріальному суспільстві, що спричинені глобальною конкуренцією, прискоренням інноваційного розвитку та спеціалізацією на ринках благ, призводять до виникнення попиту на особливі послуги професійних експертів з різних питань організації та управління господарською діяльністю; 3) розвиток інформаційних та комунікаційних технологій – є постійною рушійною силою виникнення попиту на професійні послуги, адже нові технології призводять до створення нових професійних послуг (відстеження товарів або оцінка товарних запасів в режимі реального часу). Крім того, поширення комп'ютерного забезпечення ведення господарської діяльності створює попит на послуги апаратної реалізації та технічного обслуговування комп'ютерної техніки, програмного забезпечення, управління даними та розробки технологічних рішень для бізнес-процесів.

Основною проблемою даної класифікації, на наш погляд, є важкість розподілу споживчих та професійних послуг, адже багато сервісних організацій надають одні й ті ж самі послуги індивідам, домогосподарствам та підприємствам (фінансові послуги, транспортні послуги, рітейл, тощо). Вирішити дану проблему можливо на основі використання статистичних моделей класифікації та врахування в нашій моделі всього спектру сучасних послуг, як наукомістких так і традиційних.

Інтенсивність використання знання – в постіндустріальному суспільстві при дослідженні класифікаційних ознак на перше місце виходять ступінь освіти, кваліфікації та досвіду, які необхідні для надання послуги. Ґрунтуючись на цих характеристиках, ми можемо розподілити всі послуги на:

1) Операційні – послуги, надання яких не вимагає високого рівня освіти та кваліфікації від виробника послуги;

2) Знаннямісткі – послуги, надання яких вимагає високого рівня освіти, знань, кваліфікації та досвіду з боку виробника послуги.

Виміряти показник місткості знань в процесі надання послуги можливо за допомогою оцінки якості людського капіталу, який використовується в процесі її виробництва. На нашу думку, доцільно буде ґрунтуватися на визначенні питомої ваги персоналу з вищою освітою в сервісній організації. Окремо слід відзначити проблему стандартизації знаннямістких послуг, адже чим вища інтенсивність використання знання в процесі її виробництва – тим важче її стандартизувати. Особливістю знаннямістких послуг в постіндустріальній економіці, на нашу думку, є тимчасова монопольна рента, яку можуть отримати виробники послуг, що використовують нові знання в своїй діяльності. Ця монопольна рента виступає в якості основного стимулу інноваційної діяльності.

Інтенсивність використання технологій – дана класифікаційна ознака є дуже важливою, адже використання нових технологій є однією з основних умов розширення асортиментного переліку та зростання обсягів надання послуг в сучасній економічній системі. На відміну від виробництва товарів, де праця є одним з факторів виробництва, у виробництві послуг праця може бути одночасно як фактором виробництва так і результатом надання послуги. Як правило, підвищення продуктивності виробництва товарів можливе завдяки збільшенню використання капіталу, підвищенням рівня кваліфікації робочої сили або удосконаленням методів управління. В сфері послуг, часто, ці джерела збільшення продуктивності виробництва не доступні. Але в економічних дослідженнях вказується, що із активізацією застосування або розвитком нових технологій продуктивність сервісної організації підвищується. Таким чином, на нашу думку, це є підставою для розподілу послуг на дві категорії:

- 1) не технологічні – послуги які ґрунтуються на використанні вже відомих технологій виробництва благ;
- 2) технологічні – послуги, які спрямовані на розвиток та удосконалення існуючих технологій виробництва благ.

Питання технологічності чи не технологічності послуги тісно пов'язане з питанням інтенсивності використання знань в процесі їх виробництва. Надання технологічних послуг вимагає застосування висококваліфікованої робочої сили, що характерно для знаннямістких послуг. Операційні послуги, в свою чергу, не вимагають високої питомої ваги персоналу з вищою освітою, адже вони є стандартизованими та заснованими на використанні вже відомих технологій. Однак, існують категорії операційних послуг, наприклад логістичні, які, з метою підвищення конкурентоздатності, розробляють нові інноваційні технології, але роблять вони це внутрішньо для задоволення власних потреб. Отже, можна стверджувати, що емпірично можливо віднайти підприємства, які розробляють нові технології серед підприємств, що надають операційні послуги.

#### **Список використаних джерел:**

1. Angela M. Rushton, David J. Carson The Marketing of Services: Managing the Intangibles. -European Journal of Marketing, Vol. 23 Iss: 8, pp.23 – 44
2. Bitner, Mary J. Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Consumers and Employees. - Journal of Marketing, 56 (April), 57-71.



3. Cristofer H. Lovelock Service Marketing. – Prentice Hill, 2001 – p.660.
4. Daniel Bell The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting Basic Books; Reissue edition.
5. Gronroos, C. Marketing Services: The Case of a Missing Product.- Journal of Business and Industrial Marketing, 13 (415), 322-38.
6. Hill T. P. On Goods and Services / T. P. Hill // Review of income and Wealth. – 1977. – December. – Vol. 23. – P. 320
7. Wolfl, A. (2003). Productivity growth in service industries. An assessment of recent patterns and the role of measurement (OECD Science, Technology and Industry Working Papers No. 2003/7). Paris: OECD Publishing.

**Д.О. Ільницький**, к.е.н., доцент,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

### **ОСВІТНІЙ ВИКЛИК РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Розвиток ІКТ, підвищення рівня наукомісткості продукції, соціально-економічний розвиток призводять до об'єктивної необхідності масифікації освіти, що найчастіше називають її демократизацією. Глобальні переваги освіченого суспільства широко дискутувалися в науковій періодиці, однак сучасні університети мають адекватно зустріти виклик забезпечення все більшої кількості громадян освітою з одночасним збереженням контролю над її якістю. Такий розвиток призводить до того, що за межами університетів стає набагато більше кваліфікованих професіоналів, працівників та організацій, що працюють зі знаннями, що ставить перед університетами виклик щодо пошуку свого місця в новій економіці та налагодження співробітництва з зовнішніми операторами знань для пошуку нових у різних організаційних формах.

Одним з викликів розвитку світової економіки можна назвати освітній, який постає не лише перед постає перед університетами та освітніми системами, але компаніями та економіками. Він лежить в основі асиметрії як на персональному та місцевому рівнях, так і на глобальному. Асиметричність соціально-економічного розвитку є сприятливим чинником соціальних потрясінь та конфліктів. В планетарних масштабах вона може ставати причиною масових міграцій та навіть війн.

У роздумах французького економіста фізіократа Анн-Роберт-Жака Тюрго про формування та розподіл багатства у XVIII ст. знаходимо одні з перших думок про значення знань в асиметрії соціально-економічного розвитку. З чотирьох економічних причин нерівності (перші – кількість робочих рук родини та продуктивність їх праці; різна родючість ґрунтів; відмінності у спадку) найбільш сильним він називає відмінності у знаннях та діяльності суб'єкта [7].

У 1970-80-і такі міжнародні організації як Світовий банк та МВФ наголошували на доцільності зменшення фінансування вищої освіти в країнах

Африки та спрямування коштів на фінансування базової освіти, яка приносить більше прибутку (26% для базової освіти на відміну від 13% у вищій освіті) [6]. В наслідок змінили пріоритети витрачання коштів не лише бюджети країн, але і приватні донори, на користь початкової та середньої освіти. Така тривала діяльність, що призвела до втрати власних кваліфікованих працівників та їх знань і потрапляння у залежність від міжнародних джерел фінансування вищої освіти, в Африці у сукупності з культурною революцією в Китаї додали підстав для майбутніх глобальних асиметрій на десятиліття. В результаті маємо зменшення епістемічного різноманіття та домінування монокультури знань.

Хоча інформація та знання глобально розподілені нерівномірно, асиметрично, але їх вартість винаходиться передусім в організаційних структурах, що функціонують в межах мереж, де на основі кооперації поєднуються інформація, знання та компетенції [5]. Такі структури переростають локалізований характер формуючи глобальні кластери компетенцій, як структурно поєднаних мережами структур, які розподілені глобально та які поєднують глобальне з місцевим економічними, культурними, політичними та соціальними механізмами та відносинами на рівнях економіки та пізнання. Різна швидкість засвоєння знань, набуття компетенцій призводить до поглиблення асиметрій як на корпоративному рівні, так і між економіками [4]. Напевно, саме набуття компетенцій щодо управління знаннями є однією з найсуттєвіших відмінностей освітніх систем розвинених країн та креативним викликом для всіх. Тому більшість інноваційно активних компаній включають освіту в структуру стратегій конкурентного лідерства.

Країни зустрічаються з двома ключовими взаємопов'язаними з освітою та між собою викликами нерівності в науковій, технологічній та інноваційній політиках, а саме: конкурентні виклики подолання розривів у рівнях економічної результативності та виклики соціального зближення у розподілі результатів економічного розвитку [2]. При цьому розриви в результативності є зовнішніми, адже характеризують асиметрії соціально-економічного розвитку країн чи регіонів, а виклики соціального зближення – внутрішніми, між багатими та бідними, чоловіками та жінками, між різними соціальними групами. Внутрішні асиметрії призводять до того, що певна частина талановитих осіб не мають шансів творити та покращувати добробут країни, що посилює зовнішні розриви. Тому бідним країнам для зменшення розриву радять спрямовувати інвестиції у НДДКР, технології та знання, але при цьому часто втрачається увага щодо розвитку ефективності всього інструментарію освітньої, наукової, технологічної та інноваційної політик, що призводить до того, що частина результатів перетікає до тих країн, які спроможні більш ефективно скористатися їх результатами.

Асиметричний розвиток країн, що має місце не лише в ЄС, де намагаються інтегруватися, але в світі в цілому, засвідчує існування значної диференціації форм власності в освіті. Національні системи диференційовані в освіті включають дуальну та бінарну освіту, як в країнах німецької традиції та

Скандинавії. У Великобританії професійна освіта практично віддана приватним університетам, які демонструють слабкі дослідницькі показники, що створює ефект диференціації без правового поділу [3]. Тому актуальним залишається виклик розбудови ефективного співробітництва між приватними та державними інститутами, у т.ч. в межах концепції потрійної спіралі.

Ще одним з викликів в умовах масифікації освіти, перетворення її на галузь промислового виробництва, є адекватне реагування на зміни комплексу умов фінансового аспекту діяльності. Стабільне та достатніх обсягів довгострокове фінансування в багатьох країнах залежить від щорічних компромісів, які закладаються у державних бюджетах. Це створює турбулентність умов розвитку освітньої системи. Це особливо актуально для країн, що розвиваються, де університети зустрічаються ще з викликами глобалізації та інтернаціоналізації вищої освіти. Фінансовий виклик змістовно наповнюють такі компоненти, що вимагають належного фінансового менеджменту, як: різноманіття джерел капіталу та фінансових ресурсів; вдосконалення кредитної системи; соціалізація матеріально-технічного забезпечення; внутрішні інституційні дефекти; брак науково-практичного досвіду управління капіталом в інтересах університету [8]. Окрему увагу привертає необхідність поглиблення спеціалізації університетів за основними видами діяльності, як реакція на виклики інтернаціоналізації діяльності та глобалізації економіки знань, що вимагає можливості передачі супутніх видів діяльності іншим соціальним партнерам.

До основних викликів, що постають перед сучасними університетами відносять глобалізацію, старіння суспільства, загострення конкуренції між інституціями вищої освіти як на національному, так і міжнародному масштабах, швидкі технологічні трансформації [1]. Впровадження у життя ідей концепції сталого розвитку, внесок у подолання глобальних проблем надає університетам шанс змін, які можуть забезпечити їх конкурентоспроможність у майбутньому, зокрема щодо питань, що стосуються формування гнучких академічних рамок, інноваційних педагогічних підходів, креативності компетенцій, нових форм оцінювання та інституційного співробітництва.

Підсумовуючи можна на додачу до вже відомих викликів розвитку освітніх систем (глобалізація, інтернаціоналізація діяльності, демографічний) назвати описані вище виклики, які розкривають комплексність взаємозв'язку освіти та розвитку світової економіки, а саме:

- забезпечення якості в умовах масифікації освіти, особливо вищої;
- підтримка умов еволюційності розвитку системи вищої освіти та інституцій;
- виклик стабільного та достатніх обсягів довгострокового фінансування;
- усвідомлення та управління асиметрією знань та інформації, економічної результативності та розподілу результатів науково-освітньої діяльності;
- мультиінституційність та розбудова ефективного співробітництва між

приватними та державними інститутами.

**Список використаних джерел:**

1. Chițiba C.A. Lifelong learning challenges and opportunities for traditional universities // *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. – 2012. – №46. – pp.1943-1947.
2. Cozzens S.E. Problems of Inequality in Science, Technology, and Innovation Policy / Cozzens S.E., Kallerud E., Ackers L., Gill B., Harper J., Pereira T.S., Zarb-Adami N. - James Martin Institute Working Paper 5. Project Deliverable № 2. – April 2007. – 35p.
3. Daraio C. Rankings and university performance: A conditional multidimensional approach / C. Daraio, A. Bonaccorsi, L. Simar // *European Journal of Operational Research*. – 2015. – № 244. – pp. 918-930.
4. Dasgupta K. Learning and knowledge diffusion in a global economy // *Journal of International Economics*. – 2012. – Elsevier. – №87. – pp.323-336.
5. Johannessen J.-A., Olsen B. The future of value creation and innovations: Aspects of a theory of value creation and innovation in a global knowledge economy // *International Journal of Information Management*. – 2010. – Elsevier. – №30. – pp.502-511.
6. Kamola I. Why Global? Diagnosing the Globalization Literature Within a Political Economy of Higher Education // *International Political Sociology*. – 2013. – № 7. – pp.41-58.
7. Turgot A. R. J. Reflections on the Formation and Distribution of Wealth. Condorcet, trans. London: E. Spragg. 1793. Library of Economics and Liberty [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://www.econlib.org/library/Essays/trgRfl.html>; Отримано 1 листопада 2013, Rfl.26.
8. Yongfan X. The Study on University Financial Management under Knowledge Economy // *Physics Procedia*. 2012 International Conference on Medical Physics and Biomedical Engineering. – 2012. – №33. – pp.1913-919.

**І.А. Карабаза**, к.е.н, доцент,  
Криворізький економічний інститут  
ДВНЗ «Криворізький національний університет»

## **ТЕНДЕНЦІЇ ПРИПЛИВУ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Обережний оптимізм, який спостерігався в оцінках глобальних потоків прямих іноземних інвестицій в 2013 році, виявився передчасним. І, незважаючи на те, що після спаду у 2012 році світовий обсяг прямих іноземних інвестицій знову почав збільшуватись, і їх приплив зріс на 9% в 2013 році до 1,45 трлн. дол., в 2014 році, він скоротився на 16% до 1,2 трлн дол. [2, с.VII], хоча попередньо експерти UNCTAD прогнозували потоки прямих іноземних

інвестицій в 2014 році на рівні 1,6 трлн. дол. [2, с.VII], у 2015 році на рівні 1,4 трлн. дол. і в 2016 році на рівні 1,5 трлн. дол. при порівняно більшому швидкому зростанні в розвинених країнах [5, с.2]. Ризики, пов'язані з політичною невизначеністю і регіональною нестабільністю негативно вплинули на передбачуване поживлення прямих іноземних інвестицій.

Таблиця 1

**Динаміка припливу прямих іноземних інвестицій (ПІІ) протягом 1989—2014 рр., млрд дол. США**

Регіон / країна	Приплив прямих іноземних інвестицій								
	1989-1992 рр. (середньорічний показник)	1992-1997	1998	1999	2000	2003	2012	2013	2014
Розвинуті країни	137	181	473	828	1108	367	517	566	499
Європейський союз	77	96	250	479	671	295	216	246	289
Північна Америка	43	60	174	283	314	305	204	250	146
Країни, що розвиваються	60	119	194	232	253	172	729	778	681
Африка	4	6	9	12	9	15	55	57	54
Азія	35	70	92	109	143	97	334	347	465
Латинська Америка	18	38	83	107	98	50	256	292	159
Країни з перехідною економікою	3	12	24	27	28	21	84	108	48
<b>Усі країни світу</b>	<b>200</b>	<b>311</b>	<b>691</b>	<b>1087</b>	<b>1388</b>	<b>560</b>	<b>1330</b>	<b>1452</b>	<b>1228</b>

*Джерело:* [1, с. 97; 2, с.3; 4, с.30]

Аналізуючи приплив прямих іноземних інвестицій до країн світової спільноти в часових межах 1989-2014 рр., можна виявити наступні тенденції: по-перше, у ХХ ст. прямі іноземні інвестиції зростали більш високими темпами і за обсягом у 2000 р. майже у сім разів перевищували відповідний показник 1989 р. Приплив прямих іноземних інвестицій до розвинутих країн у ХХ ст. протягом 1989-2000 рр. збільшився у 8,1 раз, тоді як до країн, що розвиваються – у 4,2 рази.

По-друге, на початку нового століття спостерігається уповільнення припливу прямих іноземних інвестицій у світі в цілому і до розвинутих країн зокрема, що насамперед є наслідком світової фінансової кризи, уповільнення темпів економічного зростання більшості регіонів світу, і особливо розвинутих країн. Так, протягом 2003-2013 рр. темп зростання припливу прямих іноземних інвестицій у світовій економіці склав 2,19, до розвинутих країн – 1,35, тоді як приплив прямих іноземних інвестицій до країн, що розвиваються збільшився у 3,95 рази. Тобто спостерігається тенденція переорієнтації світових

інвестиційних потоків з ринків розвинутих країн до країн, що розвиваються. При цьому найбільш інтенсивно прямі іноземні інвестиції протягом 1989-2014 рр. надходять до країн Східної та Південно-Східної Азії та до країн Центральної та Східної Європи, темп зростання припливу прямих іноземних інвестицій в цих регіонах в 2000-2014 рр. склав 13,3 та 16 відповідно.

Серед країн Східної Азії найбільший приплив прямих іноземних інвестицій відбувся до Китаю – 129 млрд. дол. в 2014 році, що більше інвестицій 2013 року на 4%. Загалом Китай випередив Сполучені Штати, і в 2014 році став найбільшим одержувачем прямих іноземних інвестицій у світі. Збільшено прямі іноземні інвестиції в сектор послуг, особливо в роздрібну торгівлю, транспорт і фінанси, в той час як інвестиції у виробництво зменшились, особливо в галузі, чутливі до підвищення витрат праці.

В 2013 році ввезення інвестицій у країни СНД збільшилось на 28% внаслідок істотного зростання прямих іноземних інвестицій в Росію. Але вже в 2014 році на перспективах припливу прямих іноземних інвестицій в країни з перехідною економікою позначилися фактори невизначеності, пов'язані з нестабільністю в регіоні. Так прямі іноземні інвестиції до Росії в 2014 році зменшились на 70%. Потоки прямих іноземних інвестицій в Україну знизилися на 91% до 410 млн. дол. – найнижчого рівня за 15 років – це, в основному, відбулося через виведення капіталу російськими інвесторами, і інвесторами з Кіпру. Інші країни з перехідною економікою СНД характеризувались зростанням потоків інвестицій в 2014 році., зокрема потоки до Азербайджану зросли майже удвічі до 4,4 млрд. дол. [4, с.66-67].

Таким чином, у процесі міжнародного руху капіталу у формі прямих іноземних інвестицій простежуються дві синхронні тенденції. Перша з них зменшення іноземних інвестицій до розвинутих країн (так, порівняно з 2000 роком в 2014 приплив прямих іноземних інвестицій до розвинутих країн світу зменшився на 609 млрд. дол.). Друга відображає переорієнтацію потоків прямих іноземних інвестицій до країн, що розвиваються, так, якщо в 2000 році частка інвестицій до країн, що розвиваються складала 18,2%, то в 2014 році вона збільшилась на 37,3% та склала 55,5%. Відтак, країни, що розвиваються, і країни з перехідною економікою складають більшу частину з двадцяти найбільших одержувачів прямих іноземних інвестицій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Лук'яненко Д.Г. Практикум з міжнародного економічного аналізу: тести, вправи та задачі, проблемні ситуації, ділові ігри / Лук'яненко Д.Г., Поручник А.М., Столярчук Я.М.// - К.: КНЕУ, 2006. – 292 с.
2. Доклад о мировых инвестициях в 2014 году. Инвестиции в достижение ЦУР: план действий. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://unctad.org/en/publicationslibrary/wir2014overview\\_ru.pdf](http://unctad.org/en/publicationslibrary/wir2014overview_ru.pdf)
3. Перспективы развития мировой экономики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/weo/2014/02/pdf/text.pdf>

4. World Investment Report 2015: Reforming International Investment Governance [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015_en.pdf)

**Г.І. Коваль**, к.е.н., доцент,  
**М.І. Мальчик**, студентка,  
**Л.О. Демчук**, студентка,  
СНУ ім.Лесі Українки

## **ФОНДОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СВІТОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ**

Сьогодні інтернаціоналізація виробництва і обміну всього господарського і духовного життя людства набуває всесвітнього масштабу. У надрах інтернаціоналізації визріла регіональна економічна інтеграція як якісно нова, вища її форма. Досить виразною стає тенденція до економічної єдності світу.

Метод інтеграції фондових ринків до ЄС, практично застосований з 2001 р., допускає, що різні елементи правового регулювання фондового ринку перебувають на різних рівнях інтеграції, але кінцевим результатом передбачається повна інтеграція фондових ринків країн-членів, оскільки чим більше є інтегрованими фінансові ринки, тим вони ефективніші.

У межах інтеграційного об'єднання утворюється єдиний правовий режим руху товарів, послуг, робочої сили, фінансів, інвестицій. Під дію цього режиму підпадають лише держави-учасниці і він не може надаватися за принципом найбільшого сприяння третім державам, якщо інше не передбачено при створенні такого об'єднання; у межах інтеграційних об'єднань утворюється система правових норм і принципів, які мають наднаціональний характер і є обов'язковими для держав-учасниць. Ця система норм є відносно самостійною і в міру розвитку може перетворюватися в окрему підсистему міжнародного права, як це відбувається у процесі становлення права Європейського Союзу [2].

Інтеграція вітчизняного ринку цінних паперів до світового потребує найшвидшої модернізації за всіма напрямками: правовим, інституційним та технологічним.

Інтеграція ринку цінних паперів України до світового може бути успішною за умови пріоритетного виходу на ринки розвинутих країн. Попри позитивні тенденції зростання дуже мало глобальних інвесторів цікавляться фондовими ринками Східної і Центральної Європи для збільшення капіталу.

Світові тенденції розвитку дають достатньо підстав стверджувати, що український фондовий ринок у найближчий час перетвориться на структурний елемент міжнародного фінансового ринку, а для здійснення успішних торгів і отримання довіри до акцій національних компаній треба буде здійснювати їхній лістинг на біржах, що мають визнаний у світі імідж [6].

Дослідження показали, що сьогодні залучення акціонерного капіталу, або вихід на IPO (initial public offering), більш цікавить вітчизняні компанії, ніж розміщення єврооблігації, адже боргове навантаження багатьох українських підприємств високе [1].

Кожен з закордонних торговельних майданчиків, на які виходять вітчизняні підприємства має свої переваги та недоліки. Розміщення коштів на Лондонській біржі – найбільш перспективний, але водночас найвитратніший варіант. На біржі зібрані найбільші інвестори зі всього світу, та доступ до них дорогий: вартість послуг юридичних, аудиторських, інвестиційних компаній, які допомагають підготувати IPO у Лондоні, висока (8-10% від суми розміщення).

Вимоги до компаній, які виходять на Франкфуртську біржу лояльніші, а ціни нижчі (6-7% від залученої суми). Розміщення на німецькому майданчику привабливе для невеликих та середніх компаній, що орієнтують свій бізнес на Європу.

Варшавська фондова біржа позиціонує себе як аграрна, серед її переваг – лояльні корпоративні вимоги до емітентів та дешева вартість виходу на ринок: проведення IPO коштуватиме компанії 4-6% від залученої суми.

У найближчі два-три роки альтернативою Варшавській фондовій біржі можуть стати російські біржі, зокрема Московська міжбанківська валютна біржа (далі ММВБ). На російський фондовий ринок припадає 60% обсягу організованих торгів СНД та країн Східної Європи [5].

Перевагою розміщення на іноземних фондових площадках є нижча вартість залучених ресурсів для емітента, можливість вдало розмістити більший обсяг цінних паперів ніж на вітчизняних фондових площадках.

За результатами реалізації попередньої Програми розвитку фондового ринку України на 2012- 2014 роки було досягнуто таких результатів:

- залучення в середньому щорічно не менш як 100 млрд. грн. у цінні папери, у тому числі як інвестиції не менше як 75 млрд. грн. (досягнуто – у 2013 році було залучено 142,03 млрд. грн., у тому числі як інвестиції – 141,77 млрд. грн.);
- збільшення до 300 млрд. грн. капіталізації лістингових компаній (досягнуто - у 2013 році становило 311,73 млрд. грн.);
- збільшення до 400 млрд. грн. в рік обсягів торгів цінними паперами на біржовому ринку (досягнуто - у 2013 році становив 463,43 млрд. грн.);
- збільшення до 20 відсотків частки біржового ринку (досягнуто – в 2013 році становило 27,69%);
- підвищення співвідношення капіталізації біржового ринку до валового внутрішнього продукту до 40 відсотків (не досягнуто, у 2013 році був 21,43%.);
- збільшення до 50 млрд. грн. загальної номінальної вартості облігацій підприємств, що перебувають в обігу на фондовому ринку (не досягнуто – в 2013 році – 42,47 млрд. грн.);



– збільшення до 30 млрд. грн. вартості активів інвестиційних та пенсійних фондів (не досягнуто – в 2013 році – 12,23 млрд. грн.) [3, 4].

Відповідно до наведених даних, можна зазначити, що незважаючи на відносно стабільний розвиток фондового ринку України сьогодні перед українською біржовою спільнотою постають нові завдання і виклики, значною мірою пов'язані з характером процесів, що відбуваються на біржовому просторі всього світу.

Досліджуючи економіки високорозвинених країн, можна дійти висновку, що фондовий ринок виступає як сфера мобілізації фінансового капіталу та набуває особливого значення.

Ринок цінних паперів повинен функціонувати як регульований елемент цілісної фінансової системи, синхронізований з банківським сектором і системою державних фінансів. Саме тому хаотичний, спорадичний його поступ не є можливим, і з метою впорядкування цього процесу і була підготовлена чітка Програма розвитку, що й визначить основоположні напрями його подальшого реформування та суттєвої модернізації на усіх рівнях – правовому, інституційному і технологічному.

Метою Програми розвитку фондового ринку України на 2015-2017 роки «Європейський вибір – нові можливості для прогресу та зростання» (далі – Програма) є стимулювання притоку інвестицій в економіку України через інтеграцію фондового ринку у світові ринки капіталу та запровадження кращих світових стандартів і практик.

Відповідно до мети Програми на період до 2017 року основними завданнями розвитку фондового ринку є:

- розвиток корпоративної реформи, підвищення ефективності регулювання емітентів, розширення інструментарію на фондовому ринку;
- стимулювання інвестицій та розвитку інституційних інвесторів;
- забезпечення надійного і ефективного функціонування ринкової інфраструктури та фінансових посередників;
- забезпечення функціонування єдиної державної політики.

Реалізація Програми має бути спрямована на: забезпечення функціонування справедливого, ефективного та прозорого ринку; захист інвесторів; зниження системних ризиків; інтеграцію України в міжнародні фондові ринки; стимулювання економіки країни; збільшення надходження інвестицій [4].

#### **Список використаних джерел:**

1. Бурмак М.О. Фондовий ринок України: законодавче регулювання: навч.-метод. посіб. / О.М. Бурмак. – К. : 2011. – 858 с.
2. Міжнародна економічна інтеграція [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://femida.sumy.ua/yuridicheskie-dokumenty/140-mizhnarodna-ekonomichna-integraciya.html>
3. Офіційна сторінка фондової біржі ПФТС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.pfts.com](http://www.pfts.com)

4. Офіційна сторінка Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.nssmc.gov.ua/fund/info](http://www.nssmc.gov.ua/fund/info)
5. Політюк Л.Г. Фондовий ринок України: проблеми та перспективи розвитку / Л.Г. Політюк, К.С. Малишев // Часопис економічних реформ. – 2011. – №3. – С. 65-69.
6. Становлення і розвиток українського ринку цінних паперів та його інтеграція до світового // Вісн. Терноп. нац. екон. ун-ту. – 2008. – № 4. – С. 165–182.

**А.В. Кудінова**, к.е.н., доцент,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

### **СУСПІЛЬНЕ ВІДТВОРЕННЯ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ: КЛЮЧОВІ ДЕТЕРМІНАНТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ**

Кінець ХХ – початок ХХІ ст. визначилися пришвидшенням соціально-економічної динаміки в розвинутих країнах. Зміни, що відбувались в цей період мають якісний характер і не вичерпуються лише ускладненням суспільного виробництва, його урізноманітненням матеріальними ресурсами, зростанням інформаційної складової та підвищенням значущості якості людського капіталу. В провідних країнах відбувається якісне оновлення ієрархії чинників виробництва та суспільних вимог до всієї системи суспільного відтворення, що опосередковано визначає умови економічної діяльності країн «другого» та «третього» світу, а спосіб включення таких країн в нову систему світогосподарських відносин стає чи не найвпливовішою детермінантою процесів економічного відтворення в них.

На характер трансформації суспільного відтворення в ХХІ ст. не могли не вплинути формування глобальної моделі економічного розвитку, поглиблення інтернаціоналізації виробництва та обміну, зростання рівнів транснаціоналізації та інтеграції національних економік, динамічний розвиток міжнародної транспортної інфраструктури, інформаційна революція, широкомасштабний розвиток ТНК, формування низки регіональних економічних угруповань держав тощо.

В результаті, відбулись, по-перше, кардинальні зміни в структурі суспільного продукту; по-друге, посилились процеси міжнародного руху ресурсів, товарів, інформації, робочої сили, що перетворило відтворювальні процеси в межах національної економіки на складову частину глобального відтворювального циклу; по-третє, автономізація фінансової сфери призвела до розширення її функціональності поза межі простого обслуговування безперервності процесів виробництва.

Посилення нематеріальної складової в структурі суспільного продукту, зростання вагомості інформаційного сектору у формуванні конкурентних

переваг національного виробництва, збільшення його впливу на динаміку суспільного добробуту, сервізація економіки є, безумовно, одним з визначальних чинників трансформації відтворювальних процесів в сучасній економіці. Зміна пропорцій матеріального та нематеріального виробництва, посилення ролі науки та людського фактору в економіці, сприяли зростанню доходів населення, що уможливило акцентуацію уваги на ідеях покращення якості життя.

Все це обумовило динамізацію сфери послуг. При цьому суттєво ускладнилась і внутрішня структура нематеріального виробництва, що охоплює нині величезну кількість галузей та видів господарської діяльності, спрямованих на задоволення особистих, виробничих та суспільних потреб. Сфера послуг не просто заповнила простір між елементами виробництва в загальній моделі суспільного відтворення, вона ефективно виконує функцію проміжного ланцюжка, «передавача», «ретранслятора» споживчих запитів, адаптуючи виробництво до миттєвих змін технологій, мінливого внутрішнього та глобального середовища.

Крім того, інформаційно-комунікаційні технології, наука та інновації якісно трансформували та модифікували галузевий склад та принципи роботи сфери послуг (поява нових галузей, зміна організаційно-економічних відносин в результаті роботи on-line, виникнення аутсорсингу, перетворення послуг на проміжний продукт, зростання їх ролі у накопиченні нематеріальних активів).

Надзвичайна урбанізація господарського життя, бурхливий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, посилення інтеграції виробничого сектору та сектору послуг, обумовили поступову сервізацію економіки. Сучасний виробник вже не продає просто товар, він пропонує сервісну продукцію – самостійний продукт, що об'єднує матеріальний об'єкт та послуги по його обслуговуванню, оскільки в умовах швидкої втрати технічної унікальності продукту, вирішальним фактором конкурентоспроможності стає сервісне супроводження – обсяги, терміни, якість післяпродажного обслуговування.

Сервізація економіки безумовно трансформує процес суспільного відтворення у бік «стирання» секторальних меж – руйнуються самі критерії секторального поділу, а продаж товару разом з наданням сервісної підтримки (послуги) апріорі поєднує декілька секторів. Витрати на сервіс у багатьох галузях наближаються або навіть перевищують витрати на матеріальні продукти чи сировину.

Оновленню пріоритетів й механізмів суспільного відтворення сприяли також і процеси міжнародного руху ресурсів, товарів та послуг, капіталів, робочої сили.

Висока інтегрованість національних економік в міжнародні потоки руху товарів і доходів загострює проблеми нерівномірності розвитку різних країн. З одного боку, розвинуті країни контролюють значну частину світової економіки, зокрема за рахунок їх спеціалізації на виробництві наукомісткої продукції. З іншого, – більшість країн «другого світу» фіксує ознаки зростання соціальної

асиметрії, розмивання капіталу соціальної солідарності, посилення технологічного розриву між країнами у порівнянні з початком індустріальної епохи.

Автономізація фінансової сфери, на наш погляд, виступає третьою детермінантою трансформації традиційної моделі суспільного відтворення: вирішальною умовою забезпечення необхідної бази заощаджень стає не достатня сила мотивів для національного заощадження, а глобальна конкурентоспроможність національних об'єктів інвестування для заощаджень, здійснюваних в масштабах світової економіки. Таким чином, проблема обмеженості національної бази заощаджень заміщується проблемою достатньої інвестиційної привабливості національних фінансових активів. При цьому, остання в сучасних умовах далеко не завжди пов'язана з продуктивністю національного виробництва, а зумовлюється, скоріше, досконалістю фінансових механізмів і розвитком інститутів фондового ринку.

Отже, процеси становлення глобальної господарської системи супроводжуються дуже нерівномірним розподілом вигід та витрат, породжуваних цими процесами, як між країнами, так і в середині країн, що розвиваються.

Відповідно, найважливішою передумовою збалансованості інтересів в середині глобальної економічної системи виступає досягнення необхідного рівня готовності різних груп країн до свідомого виконання тієї ролі, що задається їх спільним прагненням до раціонально-гармонійного розподілу вигащів і навантаження щодо підтримання цілісності глобальної господарської системи. Доки розподіл вигащів й навантаження формується, переважно, як результат боротьби національно-егоїстичних інтересів, ніж як результат свідомого сприйняття прийнятних для всіх умов спільного існування, увага до розподілу «кращих» і «гірших» ролей в межах глобальної економічної системи буде потужною перешкодою для реалізації того соціально-економічного потенціалу, який дає країнам участь в становленні глобальної господарської системи.

**В.А. Мельник**, к.е.н., доцент,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

## **ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖНАРОДНОЇ ФІНАНСОВОЇ ДОПОМОГИ ТА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ КРАЇН**

В кожному суспільстві існують свої стандарти якості життя, однак скрізь визнається, що підвищення добробуту членів суспільства базується на економічному зростанні. Основними факторами економічного зростання є здатність населення до збереження, нововведення, розвиток обміну та, насамперед, інвестиції. Оцінка основних показників якості життя в нашій країні, таких як рівень безробіття, рівень цін, рівень споживання та інших,

яскраво підтверджує, що економіці України на даний період, на жаль, притаманний економічний спад. Можна визначити багато факторів, які привели до такого стану. Однак головним є те, що абсолютно необхідне для країни кардинальне реформування внутрішніх економічних механізмів залишилося невизначено, окремі зміни в політико-економічних процесах запроваджувалися надзвичайно повільно, питання корупції є актуальним і сьогодні.

Для подолання негативних економічних явищ та поліпшення макроекономічних показників розвитку економіки Україна отримує значну фінансову допомогу від багатьох країн та організацій у формі кредитів, матеріальної допомоги, грантів, інших форм. За заявою Президента країни, в 2015 році міжнародна фінансова допомога Україні сягне 40 мільярдів доларів [1]. Незважаючи на значні обсяги отриманих коштів, потреби в фінансуванні не зменшуються. Однак зростання запозичень, на даний момент, ніяким чином не впливає на позитивні зміни якості життя в країні. Також слід зауважити, що вплив міжнародної фінансової допомоги на економічне зростання окремих країн є неоднозначним. Постійне зростаюче залучення зовнішніх коштів може привести до залежності країни від міжнародних донорів та організацій, а тим самим може привести до часткової втрати суверенітету.

Найбільш поширеними інструментами міжнародної фінансової підтримки для України є власне фінансова допомога (foreign aid), яка надається державам при дотриманні певних економічних вимог та зовнішнє кредитування (external loans), яке включає в себе також приватні кредити суб'єктам господарювання та державі.

Переважаючою формою для нашої країни є отримання міжнародної допомоги від фінансових організацій. Особливістю міжнародного запозичення є дотримання умов таких запозичень країною-позичальником. Найбільшим кредитором України на сьогодні є МВФ. В березні поточного року даною організацією схвалено програму кредитування економіки України з загальним обсягом 17,5 мільярда доларів строком на 4 роки. За даною програмою країна вже отримала два транші на загальну суму 6,7 млрд. грн. При цьому в нашому суспільстві існує достатньо стійке негативне відношення до цієї організації саме через існування вимог (наприклад, збільшення пенсійного віку, зменшення соціальних пільг, підвищення вартості комунальних послуг та інше), які держава бере на себе при отриманні чергового траншу. Слід зауважити, що формування умов надання кредиту є прерогативою кредитора при здійсненні будь-яких кредитних операцій. Щодо умов надання траншів для нашої країни, то проблемність їх виконання, з точки зору автора, базується, насамперед, на відсутності динамічних економічних перетворень та реформ.

Забезпечення економічного зростання дійсно вимагає значних зовнішніх запозичень. Однак при цьому виникають ряд запитань.

По-перше, що має більший вплив на економічне зростання, міжнародна допомога, що надається державі, чи міжнародні кредити, спрямовані в приватний сектор.

По-друге, чи існує якась межа, за якою міжнародна допомога має бути зменшена, а приватне кредитування збільшене.

Дослідження зарубіжних економістів щодо результатів використання міжнародної допомоги та її впливу на економічне зростання в країнах-реципієнтів говорять про наявність досить різних тенденцій в різних країнах, а саме:

- міжнародна матеріальна допомога не має ніякого впливу на економічне зростання;
- міжнародна матеріальна допомога стимулює економічне зростання, насамперед в довгострокову періоді;
- міжнародна матеріальна допомога стимулює економічне зростання країн-реципієнтів лише при виконанні певних умов.

З точки зору автора, міжнародна економічна допомога може стимулювати економічне зростання при дотриманні певних умов. Найбільш істотними серед них є наступні.

Залучення міжнародної допомоги має здійснюватися при високому рівні внутрішніх інвестицій в країні. В цьому випадку доцільно стимулювати та підтримувати залучення міжнародних коштів для реалізації різноманітних інвестиційних проектів різних суб'єктів господарювання, в тому числі й державних. Позитивний вплив на економічне зростання може мати також використання коштів міжнародної допомоги для фінансування розвитку інфраструктури. Однак якщо такі кошти будуть витіснити приватні інвестиції, в тому числі й через відсутність відповідної законодавчо-нормативної бази, то вплив буде негативним. При цьому твердження, що зростання обсягів міжнародної допомоги буде стимулювати зростання кредитів та інвестицій в приватний сектор також може бути хибним, насамперед через те, що ризики кредитування для приватних інвесторів не зменшуються.

По-друге, залучені кошти міжнародної допомоги може спрямовуватися на формування валютних резервів для підтримки можливостей міжнародної торгівлі. Наявність таких резервів є важливою умовою зовнішньоекономічної діяльності підприємств, можливості виконувати ними своїх зобов'язань по зовнішнім контрактам.

По-третє, необхідний чіткий контроль та моніторинг за використанням коштів міжнародної допомоги, щоб унеможливити любі форми корупції в даній сфері.

По-четверте, отримання значних валютних коштів значною мірою впливає на стабільність національної валюти та курсоутворення. Необґрунтоване підвищення курсу національної валюти може привести до зниження конкурентоспроможності експортних підприємств на міжнародних ринках, що негативно відобразиться на економічному зростанні.

По-п'яте, прояви ефекту впливу міжнародної допомоги на економічне зростання можуть суттєво відрізнятися в короткостроковому та довгостроковому періоді. З точки зору автора, позитивних проявів міжнародної допомоги в короткостроковому періоді очікувати не варто. При цьому в

довгостроковому періоді зв'язок між економічним зростанням та міжнародною допомогою домінує.

Таким чином, однозначної відповіді на питання щодо позитивного чи негативного впливу міжнародної допомоги на економічне зростання країн не існує. Значні залучення коштів міжнародної допомоги не в змозі вплинути на економічне зростання в країні, якщо не будуть виконуватися умови щодо спрямування та використання таких коштів. Такі умови є диференційовані в різних країнах. З великою переконливістю також можна стверджувати, що позитивні зрушення від отримання міжнародної допомоги можливі в довгостроковому періоді.

**Список використаних джерел:**

1. Міжнародна фінансова допомога Україні сягне 40 мільярдів [Електронний ресурс] / Економічна правда, 20 березня 2015 р. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/rus/news/2015/03/20/534871/>. – Назва з екрану.
2. Іваницька О.М. Вплив траншів МВФ на економіку України / О.М. Іваницька, Г.Ю. Невгад, І.М. Балкова // Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: Економіка, право, політологія, туризм. – 2014. – №4. – С.14-17.
3. S. Bandyopadhyay, S. Lahiri, J. Younas Financing growth through foreign aid and private foreign loans: Nonlinearities and complementarities // Journal of International Money and Finance 56 (2015) p. 75-96 – Режим доступу: [www.elsevier.com/locate/jimf](http://www.elsevier.com/locate/jimf)

**Д.П. Расшивалов**, к.е.н., доцент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**НОВІ ФОРМИ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА СВІТОВОМУ  
СТРАХОВОМУ РИНКУ**

1. На початку поточного століття секторальна міжнародна інтеграція у царині страхування розвивається на тлі тенденції формування глобального страхового простору. Агрегованим показником останнього є стабільне зростання частки глобального ВВП, що створюється у секторі фінансових послуг, зокрема, на глобальному страховому ринку. Дані Таблиці 1 свідчать, що світовий страховий ринок є потужним інвестиційним джерелом, що створює та перерозподіляє за останнє десятиліття 4-6% річного глобального валового внутрішнього продукту. Інтеграція національних ринків страхування еволюціонує й на кожному новому етапі вона набуває особливі форми, цілі і зміст.

Таблиця 1

**Порівняльні показники глобального ВВП та світового страхового ринку у 2004 - 2014 рр.**

Рік	Темпи росту ВВП, %	Темпи росту обсягу страхових премій, %	Обсяг ВВП по ППС, млрд. дол. США	Обсяг страхових премій, млрд. дол. США	Частка страхових премій у ВВП, %
2009	-0,8	8,5	70170,0	4191,0	6,0
2010	5,1	3,0	74540,0	4321,0	5,8
2011	3,8	6,0	78950,0	4597,0	5,8
2012	3,1	2,8	83120,0	4613,00	5,5
2013	3,2	1,4	87180,0	4661,0	5,3
2014	3,3	3,7	107500,0	4778,0	4.4

Джерело: розраховано автором за даними [1]

2. На нашу думку, сучасний глобалізацій етап інтеграції національних ринків страхування характеризується: транснаціоналізацією страхових операцій через створення транснаціональних страхових угруповань (міжнародних перестрахових пулів); значним збільшенням обсягу транскордонних страхових операцій, що здійснюється провідними глобальними страховиками (Global Systemically Important Insurers); появою міжрегіональних (глобальних) регуляторних практик у галузі страхування; зростанням числа угод по злиттю і поглинань на світовому страховому ринку.

Отже, відповідно до цих напрямів розвитку нових форм міжнародної інтеграції у царині страхуванні слід зазначити наступне.

3. Виникнення нових міжрегіональних та транснаціональних інтеграційних процесів у страховій галузі пов'язане зі зростанням попиту на страхові (перестрахові) ємності для захисту від нових катастрофічних ризиків епохи глобалізації.

Для створення необхідної перестраховальної ємності використовуються фінансові технології міжнародних перестраховальних пулів. Інтеграційна транснаціоналізація страхування у рамках перестраховальних пулів насамперед виявляється в: забезпеченні фінансової стійкості перестраховальних операцій на умовах солідарної транснаціональної відповідальності його учасників; укладанні договорів страхування за єдиними (транснаціональними) умовами страхування; створенні міжнародної перестраховальної ємності (капіталізації зобов'язань). Так, у 2007 році країнами Карибського басейну була заснована перша в світі міждержавна перестраховальна ємність – Карибський фонд страхування катастрофічних ризиків (Caribbean Catastrophe Risk Insurance Facility). У 2014 році активи Фонду зросли до 132 млн. доларів США [2]. Інший вид міжнародного перестраховального пулу – регіональна перестраховальна корпорація. Так, відповідно до рекомендації Африканського банку розвитку була створена перестраховальна корпорація Африки (Africa Re). Станом на 2014 рік активи корпорації становлять 600 млн. доларів США [3].



У більшості країн-членів ЄС з початку 2000-х років функціонують національні перестраховальні пули з транснаціональним характером діяльності.

У 2002 році у Франції засновано публічно-приватне партнерство страхових компаній (Fédération Française des Sociétés d'Assurance, Groupement des Entreprises Mutuelles d'Assurances) [4,5,6].

4. Світова фінансова криза поставила питання про регуляторний вплив на фінансові компанії, які є системно важливими для світової економіки. За для цього Міжнародна асоціація органів страхового нагляду розробила критерії визначення «Глобальних системно значимих страховиків» (Globally Systemically Important Insurers (G-SII), а саме: валові страхові премії повинні бути отримані не менш як з трьох країн; валові страхові премії за межами країни походження групи не можуть бути менше 10 відсотків від загальної суми валових премій групи; мінімальний розмір активів групи повинен бути більше 50 млрд. дол. США, або мінімальна сума валових страхових премій складе не менше 10 млрд. дол. США. Асоціація вивчила 19 «міжнародних активних страхових груп» з 11 країн та розробила для них рамки політичних заходів (Policy Measures) [7,8].

5. Міжрегіональні (глобальні) регуляторні практики у галузі страхування. Сумісний американсько-європейський міжнародний проект у царині страхування започатковано у 2012 року з метою підвищення взаєморозуміння і співпраці у сфері страхового бізнесу, зокрема, погодження підходів до ефективного страхового нагляду. Цей інтеграційний проект стосується гармонізації страхового нагляду та регулювання у країнах Європейського Союзу та Сполучених Штатів.

На поточній початковій стадії інтеграційного проекту сторони визначили не період до 2017 року пріоритетні сфери взаємодії: у сфері обміну конфіденційною інформацією; у сфері організації взаємодії персоналу проекту (груп контролю) з обох сторін; у сфері підходів до оцінки платоспроможності і достатності капіталу страховиків; у сфері перестраховування і забезпечення зобов'язань перестраховиків; у сфері наглядової звітності, збору даних та аналізу; у сфері проведення зовнішніх експертних оцінок та у сфері оцінки наглядової практики. [10]

6. Злиття та поглинання. В галузевій структурі злиттів та поглинань у глобальній економіці переважна кількість М&А угод припадає на такі галузі: електротехніка й електроніка (8,8 %), нафтова промисловість (8,0%), хімічна промисловість (7,7 %), телекомунікаційна галузь (5,7 %), банківські й фінансові послуги (7,8 %). Отже страхування зберігає інвестиційну привабливість на рівні передових галузей [11, с.42].

Загальну обґрунтованість М&А угоди та можливість створення більшої вартості страховики вимірюють на підставі таких чотирьох критеріїв:

– можливості збільшення бруто доходу на тлі зменшення витрат на ведення справи в результаті консолідації внутрішньо-офісних операцій на адміністрування страхових контрактів. Цей ефект відомий як «економія на

масштабі» в результаті M&A угоди між порівняними страховиками, що працюють на внутрішньому ринку.

– можливості взаємного доповнення існуючого бізнесу компаній, що об'єднуються. «Більші» страховики поглинають «менших», що мають дотичні структури портфелів, лінійки страхових продуктів та канали продажів. Наприклад, компанії з традиційного інвестиційного страхування життя об'єднуються зі страховиками ануїтетів (ренти та пенсій), якщо на ці продукти на ринку зростає попит.

– можливості зростання через інтернаціоналізацію бізнесу в умовах дуже високої щільності страхування та обмеження подальшого зростання попиту на національних ринках. Страховики, що прагнуть зростати через укладання M&A угод за межами країн своєї резиденції або основних територій операцій, часто мають обмеження для «природного» зростання з огляду на фактично вичерпані можливості збільшення національного страхового поля. Наприклад, всі угоди швейцарських страхових компаній про злиття та поглинання, здійснені за останні десять років, були укладені з іноземними страховиками.

– можливості скористатися скрутним становищем страховика, що поглинається. Це так звані «опортуністичні» злиття та поглинання, що відбуваються через угоди між сильними компаніями та страховиками, які зазнають фінансові проблеми та регуляторний тиск в силу невідповідності пруденційним вимогам платоспроможності.

У поточному столітті спостерігалось два прояви суттєвого зростання злиттів та поглинань на світовому страховому ринку – на початку 2000-х років та напередодні світової фінансової кризи у 2007 році. У експертному середовищі вважається, що головним рушієм цього явища у страховій сфері у найближчій перспективі можуть радше стати процеси загальної фінансової глобалізації, а не секторальні чинники [12].

У кризовий період змінилась географія інтенсивності злиттів та поглинань на страховому ринку. Так, питома вага США (по цільовій компанії операції M&A) скоротилась з 83% до 60%, Європи та азійсько-тихоокеанського регіону – зросла відповідно до 10% і 22%, частка Латинської Америки збільшилась з майже нульового показника до 8% [11, p.12].

На нашу думку, в умовах економічної глобалізації початку XXI століття і з урахуванням змін у ризиковому профілі світового господарства, міжнародну інтеграцію страхових ринків можна визначити як об'єктивно обумовлений і керований процес формування глобального страхового простору, що виходить за рамки процесів суто регіональної інтеграції.

#### **Список використаних джерел:**

1. World insurance in 2014: back to life //Sigma, Swiss Re.– 2015.–No4.– 48 p.
2. World Bank. 2008. The Caribbean catastrophe risk insurance facility : providing immediate funding after natural disasters. Operational Innovations in Latin America and the Caribbean ; Volume 2, no. 1. Washington, DC: World Bank . [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://documents.worldbank.org>

- /curated/en/2008/03/9669511/caribbean-catastrophe-risk-insurance-facility-providing-immediate-funding-after-natural-disasters.
3. Caribbean Catastrophe Risk Insurance Facility . [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ccrif.org>.
  4. African Reinsurance Corporation (2015)//Annual Report 2014. [Електронний ресурс ]. – Режим доступу: <http://www.africa-re.com/investorinformation/page/21/annual-reports>.
  5. 5.GAREAT. Historical background. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.gareat.com/en/content/organization>
  6. Pool Re Spring Newsletter 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<https://www.poolre.co.uk/news-insights/newsletters/>
  7. National terrorism risk insurance programmes of OECD countries with government involvement. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oecd.org/daf/fin/insurance/terrorism-risk-insurance-programmes.htm>
  8. IAIS (July 2013) Global Systemically Important Insurers: Initial Assessment Methodology. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.iaisweb.org/view/element\\_href.cfm?src=1/19151.pdf](http://www.iaisweb.org/view/element_href.cfm?src=1/19151.pdf).
  9. IAIS (July 2013) Global Systemically Important Insurers:Policy Measures. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.iaisweb.org/view/element\\_href.cfm?src=1/19150.pdf](http://www.iaisweb.org/view/element_href.cfm?src=1/19150.pdf)
  10. EU-US Insurance Project The Way Forward July 2014 update. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://eiopa.europa.eu/Publications/Events/Updated\\_Way\\_Forward\\_document.pdf](https://eiopa.europa.eu/Publications/Events/Updated_Way_Forward_document.pdf).
  11. Расшивалов Д. Злиття та поглинання на світовому страховому ринку: новітні рушії та чинники // Вісник Київського університету. Економіка / Київський нац. ун-т ім. Т.Шевченка, Економ. ф-т ; відповід. ред.: В.Д. Базилевич . – К. : Київський ун-т., Випуск 136, К.: – 2013, С.45-48.
  12. M&A in insurance: start of a new wave? // Sigma, Swiss Re. – 2015. – No3. – 48 p.

**Н.Є. Скоробогатова**, к.е.н., доцент,  
НТУУ «Київський політехнічний інститут»

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОНТРОЛІНГУ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

Особливістю сучасного економічного стану в Україні є високий рівень політичної, економічної та соціальної нестабільності та невизначеності. Значний вплив на економічне життя здійснюють інтеграційні процеси, які особливо поширилися останні роки. Певною мірою подолати негативний вплив факторів невизначеності на мікрорівні дозволяє ефективно організована

система контролінгу на підприємстві, адаптована до специфічних факторів підприємства, зокрема: його оточуюче середовище (вимоги законодавства, політика, ринки постачання та збуту тощо) та внутрішнє середовище (виробнича програма, технологія виробництва продукту, розмір та організація підприємства, стиль керівництва, який виражається у задачах та інструментарії контролера тощо).

Водночас слід зазначити, що при організації контролінгу задачі обліку господарських операцій та аналізу їх наслідків, формулюються залежно від того, яка концепція контролінгу (німецька чи американська) покладені в основу. За американською концепцією до контролінгу відносяться також задачі зовнішнього (фінансового) обліку [1, 2, 4]. В центрі німецької концепції контролінгу стоїть внутрішній облік у різних формах: плановий, документальний, контрольний; фінансовий облік у сферу контролінгу не входить [3, 5, 7]. Як відомо, у межах контролінгу формуються не тільки фінансові показники, але й показники фактичної та прогнозованої оцінки економічних результатів діяльності підприємства в цілому та всіх його структур. На основі такої інформації можуть прийматися управлінські рішення стосовно найширшого кола проблем та напрямків: ціноутворення, нарощування чи скорочення виробничих потужностей, удосконалення процесів управління витратами, контроль виконання планів тощо. Завдання та відповідальність контролера сформульовані у місії контролера, розробленої Міжнародною групою контролінгу (International Group of Controlling) у 2002 р., відповідно до якої контролери:

- організують та супроводжують процес постановки цілей, планування та управління, несучи тим самим сумісну відповідальність за досягнення цілей;
- забезпечують прозорість результатів, фінансів, процесів та стратегій, сприяючи досягненню більш високої ефективності;
- координують підцілі та підплани у межах єдиного цілого та організують систему внутрішньофірмової звітності;
- будують процес постановки цілей, планування та управління для орієнтації співробітників, приймаючих рішення, на цілі компанії;
- забезпечують збір необхідних даних та інформації;
- створюють та обслуговують контролінгові системи.

У зв'язку з багатоманітністю внутрішніх та зовнішніх факторів, які впливають на господарську діяльність підприємства, не може бути спільних та прийнятних для всіх положень про «правильну» організацію контролінгу. Система контролінгу повинна бути адаптована до специфічних, контекстних зовнішніх та внутрішніх факторів конкретного підприємства. Виділяють системи контролінгу, які відображають галузеву специфіку підприємств – промисловий, банківський контролінг, контролінг у страхових компаніях та у торгівлі. Залежно від складу даних та формату управлінської звітності виділяють наступні поняття контролінгу: контролінг персоналу, контролінг виробництва, контролінг логістики, контролінг інформації, контролінг витрат тощо. Один з можливих варіантів структури контролінгу у торговельній

компанії наведений у таблиці 1. Для побудови системи інформаційного забезпечення необхідно визначити потреби в інформації, зібрати та підготувати інформацію (через систему обліку) та передати її (через систему звітності). Система інформаційного забезпечення (системи обліку та звітності), система планування (стратегічні, тактичні та оперативні плани) та контролю не можуть бути побудовані незалежно один від одного. Цільове планування включає визначення вищих матеріальних, вартісних та соціальних цілей, а також формування продуктових програм та інших цільових комплексів.

Таблиця 1

**Елементи системи контролінгу у торговельній компанії [5, с.29]**

Загальний контролінг	- фінансовий контролінг, організаційне та стратегічне планування, інвестиційний контролінг, управління філіалами, розвиток підприємств різних типів, загальне управління клієнтами
Контролінг персоналу	- гнучке планування персоналу та вимірювання результативності через сканування, «кваліфікаційний контролінг»
Контролінг асортименту	- планування асортименту (повторне включення чи виключення окремих видів товарів до продуктового портфелю, загальне управління товарними групами), регулювання та контроль асортименту
Контролінг використання площ	- управління використанням площ на основі сканування аналітичних даних про ефективність використання площ, системи управління площ
Контролінг складського господарства	- система замовлень, зовнішня та внутрішня логістичні системи, приймання та координація роботи складу, відвантаження товару

Стратегічне планування визначає ядром довгострокове планування продуктової програми та потенціалу. Його можна також назвати плануванням стратегій галузей бізнесу (бізнес-одиниць), інтегрованим з плануванням стратегій функціональних та регіональних підрозділів. Оперативне планування будується на основі цільового та стратегічного планів; на основі заданого потенціалу в розрізі окремих підрозділів підприємства розробляється коротко- та середньострокова продуктова програма, що максимізує суму покриття. Загальнофірмове фінансово-економічне планування є грошовим вираженням всіх окремих планів підприємства та включає розрахункове та балансове планування результату, а також фінансове планування. На даному етапі планують та контролюють всі істотні монетарні показники вартісно-орієнтованого управління.

Таким чином, вважаємо, що на даному етапі особливо актуальною є проблема організації стратегічного на діючих вітчизняних підприємствах, особливо це стосується середніх та малих підприємств, оскільки на великих підприємствах існують певні планово-економічні підрозділи, що мають виконувати відповідні функції. Під стратегічним контролінгом розуміють інтегровану контрольну-інформаційну систему управління підприємством, мета якої – забезпечення ефективного функціонування та виживання підприємства на довгострокову перспективу. Основний принцип управління при цьому – орієнтація на створення економічної вартості у середньостроковій та

довгостроковій перспективі в ході безперервного розвитку підприємства при припустимому рівні ділових ризиків. Завданням стратегічного планування (бізнес-планування) на рівні підприємства в цілому є позиціонування окремих стратегічних зон господарювання (бізнес-одиниць) у загальному бізнес-портфелі підприємства. У такому бізнес-портфелі має бути визначена ринкова, технологічна та екологічна привабливість кожної бізнес-одиниці, його відносні конкурентні переваги та інші ключові параметри. Ринкова привабливість кожної бізнес-одиниці визначається часткою ринку, яку займає дана бізнес-одиниця. Технологічна привабливість поля бізнесу оцінюється з позицій ефективності технології продукту та технології його виробництва. Екологічна привабливість стратегічного продукту підприємства розглядається з позицій ступеня забруднення навколишнього середовища при виробництві продукту, його використанні та утилізації. До основних інструментів стратегічного контролінгу відносять: портфельний аналіз, інвестиційні розрахунки, вартісний аналіз, імітаційне моделювання тощо. Загальнофірмовий бізнес-портфель повинен бути цілком збалансованим з точки зору фінансового результату, поточних грошових потоків та ризику. Даній меті служить оперативний контролінг, під яким розуміють контрольно-інформаційну систему управління, спрямовану на забезпечення поточних цілей підприємства (перш за все, цілей прибутковості, рентабельності та платоспроможності) на основі прийняття своєчасних рішень щодо оптимізації співвідношення «витрати – прибуток». Система оперативного контролінгу включає: завдання, організацію (контролінг підрозділів) та інструменти контролінгу: системи оперативної та поточної звітності, системи оперативної реєстрації (наприклад, фінансова бухгалтерія), аналіз чутливості бізнесу, розрахунок сум покриття, бюджетування, дисперсійний аналіз виконання плану витрат та прибутку, оперативна діагностика діяльності підприємства тощо.

Таким чином, вважаємо, що застосування контролінгу як сучасної методології координації управлінської діяльності, спрямованої на підвищення вартості капіталу підприємства, дозволяє вирішити завдання забезпечення життєдіяльності підприємств у сучасних умовах господарювання. Інтегрована система контролінгу включає завдання, організацію та інструменти, допомагає правильно та своєчасно оцінювати ситуацію на підприємстві й планувати дії щодо підвищення ефективності його роботи.

#### **Список використаних джерел:**

1. Акофф Р.Л. Планирование будущего корпорации / Р. Л. Акофф; пер. с англ. – М.: Сирин, 2002. – 256 с.
2. Аткинсон Энтони А. Управленческий учет, 3-е издание / Аткинсон Энтони А., Банкер Раджив Д., Каплан Роберт С., Янг Марк С.; пер.с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 878 с.
3. Дайле А. Практика контроллинга / А. Дайле; пер. с нем. под ред. и с предисл. М.Л. Лукашевича, Е.Н. Тихоненковой. – М.: Прогресс, 2003. – 342 с.

4. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет: учеб. пособие для вузов / К. Друри; пер с англ. под ред. Н.Д. Эриашвили. 5-е изд. – М.: Аудит, Юнити, 2006. – 783с.
5. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование./Horvart & Partners: пер. с нем. – 3-е изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. - 269 с.
6. Ольве Н.-Г. Оценка эффективности деятельности компании: Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей / Н.-Г. Ольве, Ж. Рой, М. Ветер ; пер. с англ. – М., СПб, К., Изд. дом «Вильямс», 2004. - 304 с.
7. Фольмут Х.Й. Инструменты контроллинга от А до Я / Х. Й. Фольмут; пер. с нем. под ред. и с предисл. М.Л.Лукашевича и Е.Н. Тихоненковой – М., Финансы и статистика, 2001. – 203 с.

**Н.А. Тюхтенко**, к.е.н., професор,  
проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи,  
Херсонський державний університет

### **ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ В СУЧАСНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ І СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

У постіндустріальному суспільстві досягнення конкурентних переваг країни як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках можливе лише за умови ефективного використання всіх економічних ресурсів, залучених у процес виробництва або надання послуг. Особливе місце серед таких ресурсів посідають людські, що розглядаються у світовій теорії і практиці як капітал, накопичення та ефективного використання якого формує сучасні продуктивні сили постіндустріальної економіки, заснованої на знаннях.

Питання формування та розвитку людського капіталу є об'єктом постійних наукових досліджень і розробок. Різні аспекти концепції людського капіталу висвітлені у працях класичної та сучасної економічної науки А. Сміта, М. Туган-Барановського, М. Вебера, Т. Шульца, Г. Беккера тощо. У вітчизняній економічній літературі теорії людського капіталу відображено в роботах В. Антонюка, В. Близнюка, Д. Богині, Н. Гавкалової, В. Гейця, О.Грішнкової, А. Колота, Е. Лібанової, Н. Маркової, Г. Назарової, В. Онікієнко, Г. Савіної, Н. Степаненко, Н. Тюхтенко тощо. Праці цих та інших вчених засвідчують, що управління людським капіталом є одним із найважливіших аспектів філософії бізнесу, який характеризує можливості працівників до творчої і продуктивної праці через розкриття їхнього потенціалу і знаходить своє відображення у формуванні моделі цього процесу.

Ці обставини вимагають розробки науково обґрунтованих методик оцінки, формування та розвитку людського капіталу.

Поняття «людський капітал» увійшло в науку на початку 60-х років ХХ ст. в західній економічній літературі. Виділимо дві основні причини виникнення інтересу до даного поняття. По-перше, це загальна закономірність розвитку сучасної науки в цілому, яка виявляється в концентрації уваги вчених на дослідженні проблем людини. По-друге, це визнання того факту, що активізація творчого потенціалу людини, розвиток висококваліфікованої робочої сили є найефективнішим способом досягнення економічного зростання. Саме людський капітал, а не матеріальні засоби виробництва, є визначальним чинником конкурентоспроможності, економічного зростання та ефективності.

Термін «людський капітал» вперше з'явився в працях Теодора Шульца [2], який відмічав, що добробут бідних людей залежить не від землі, техніки або їх зусиль, а від знань. Він назвав цей якісний аспект економіки «людським капіталом». Бурхливого розвитку теорія людського капіталу набула в другій половині ХХ ст. завдяки працям американських дослідників Гаррі С. Беккера, Якоба Мінсера тощо. Офіційною датою виникнення цієї теорії традиційно вважається жовтень 1962 року, коли була опублікована серія статей, присвячених виключно проблемі людського капіталу. За недовгий час нова теорія здобула загальне наукове визнання.

Визначимо, що людський капітал – це сформований або розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми (людиною) певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, який цілеспрямовано використовується в тій чи іншій сфері суспільного виробництва, сприяє зростанню продуктивності праці й завдяки цьому впливає на зростання доходів (заробітків) його власника.

Специфіка людського капіталу як соціально-економічної категорії проявляється, зокрема, в тому, що, фізичний капітал в кінці терміну використання може бути повністю списаний на вартість створеного з його допомогою продукту, а у випадку людського капіталу – накопичений капітал використовується або неповністю, або втрачається і не впроваджується у виробництво. Останнє певним чином зумовлено умовами і часом використання працівника, його компетенцією, а також тим, що означений капітал не потребує прискореної окупності, він є власним капіталом людини і може бути використаний працівником лише за відповідних умов і у будь-який період часу.

Виходячи із специфічних рис людського капіталу погодимося з думкою авторів, які виділяють такі його складові [3, С.68]:

– капітал здоров'я, який із загального психоматичного, фізіологічного стану людини перетворюється у певний спосіб життя, спрямований на підтримання її здоров'я;

– капітал освіти, який визначає соціальний статус, що максимально може бути досягнутий даним індивідом, і створює основи для його кар'єрного росту, де об'єктивними важелями є вимоги для певного виду діяльності й посади, пов'язані з освітою, а суб'єктивними – здатність індивіда використати у виробничій діяльності отримані у процесі навчання навички й уміння, які збільшують його здатність до креативності та інноваційної діяльності;



– капітал культури, який задає стереотипні моделі поведінки і систему цінностей індивіда, визначає характер його реалізації у процесі трудової діяльності (припустима-неприпустима поведінка, наприклад, у бізнесі, що відображає відмінності, закладені в рамках різних культур).

Теорія людського капіталу логічно пояснює і глибше досліджує такі сучасні кардинальні проблеми як людський розвиток, економічне зростання, розподіл доходів та мотивація, вікова динаміка заробітків, роль і значення освіти та професійної підготовки в суспільному відтворенні. Ці та інші проблеми сфери праці та економічного зростання вивчаються на декількох рівнях – особистісному, мікроекономічному та макроекономічному, що показано на рис. 1. Крім того, виділяють людський капітал на рівні галузі та регіону (мезоекономічний людський капітал) та на світовому рівні (мегаекономічний людський капітал).



**Рис.1. Рівні людського капіталу**

Специфіка дослідження людського капіталу на будь-якому рівні визначається структурою персоналу, який традиційно поділяють на декілька груп: наукові та науково-технічні кадри; науково-допоміжний і обслуговуючий персонал; виробничий та адміністративно-господарський персонал (зайнятий в прикладних дослідженнях, розробках, проектуванні, експериментах).

З точки зору якісних характеристик персоналу в контексті формування людського капіталу, необхідно підкреслити значення кваліфікаційного рівня працівника. До діяльності спеціаліста, керівника, службовця ставляться відповідні кваліфікаційні вимоги, визначаються посадові обов'язки й обсяг специфічних знань, що враховується при атестації кадрів та встановленні оплати праці. Сукупність знань, здібностей, навичок особистої майстерності, системного мислення фахівців, які проводять інноваційну діяльність, їх творчі новаторські здібності створюють людський капітал підприємства, регіону,

країни, світу, що є базою забезпечення їх інноваційного лідерства і конкурентоспроможності.

Таким чином, дослідження проблем формування і використання людського капіталу має проводитися у контексті людського розвитку. Принципи концепції людського розвитку мають реалізовуватися на світовому рівні, на рівні окремої країни, регіону, підприємства. Вирішення проблем ефективного використання та підвищення рівня людського капіталу підприємства у контексті людського розвитку передбачає узгодженість дій та стратегій розвитку людини на усіх рівнях.

Базовим методологічним положенням теорії людського капіталу є використання економічного підходу до аналізу найрізноманітніших явищ у різних галузях людської діяльності, тобто інвестиції в людський капітал мають відповідати принципу окупності. Більшість науковців поділяють інвестиції в людський капітал на три основні групи.

До першої групи відносять витрати на освіту. Це вартість загальної і спеціальної освіти, формальна і неформальна освіта, витрати на навчання за місцем роботи.

До другої групи відносять витрати на охорону здоров'я: фізичне і психічне здоров'я людини. До них входять витрати на профілактику захворювань, медичне обслуговування, дієтичне харчування, покращення житлових умов.

До третьої групи – витрати на мобільність, завдяки яким здійснюється міграція людини з місця з низькою продуктивністю праці в місця з відносно високою, долається безробіття.

Не дивлячись на стало сформовану позицію світової економічної спільноти щодо пріоритетності питань людського капіталу в сучасному економічному розвитку, в українській реальності належної уваги процесу формування та використання людського капіталу на сучасних підприємствах не приділяється. На підприємствах не створюються сприятливі умови для ефективного використання і розвитку продуктивних сил працівників. Це вказує на те, що концепція людського капіталу є недостатньо усвідомленою як на рівні державного управління, так і на рівні підприємства. Тому очевидним є актуалізація питань підвищення ефективності формування й використання людського капіталу сучасної української економіки для підвищення її конкурентоздатності на світових ринках для максимально можливого задоволення загальнолюдських потреб.

#### **Список використаних джерел:**

1. Kirkpatrick D.L. Evaluating training programs: the four levels / D.L. Kirkpatrick. – San-Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc., 1998. – 180 p.
2. Shultz N. Human Capital: Policy Issues and Research Opportunities. In: Human Resources/ Fiftieth Anniversary Colloquium VI. – N.Y., 1975. – 285 p.
3. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудова відносин: підручник. / Грішнова О.А. - К.: Знання, 2004.-535 с.

4. Доклад о развитии человека 2011 «Устойчивость и справедливость: лучшее будущее для всех» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2011/download/>.
5. Людський капітал України: стан, проблеми, перспективи відтворення [Текст]: монографія / Київ. нац. ун-т буд-ва і архіт. : у 2-х ч. - К. : [КНУБА], 2009. - Ч. 2. - К., 2009. - 236 с.
6. Людський розвиток в Україні: можливості та напрями соціальних інвестицій: колективна науково-аналітична монографія; за ред. Е.М. Лібанової. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, Держкомстат України, 2006. – 355 с.

**О.А. Чугаєв**, к.е.н., доцент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **ОЦІНКА РОЗПОДІЛУ М'ЯКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИЛИ МІЖ КРАЇНАМИ СВІТУ**

М'яка економічна сила країни базується на суб'єктивному сприйнятті власними та іноземними громадянами економічного успіху країни, справедливості її економічного устрою та відповідності її цілей економічним інтересам оцінювача. Вона тісно пов'язана з поняттями економічного іміджу та бренду країни.

Як правило досліджується сукупна м'яка сила, але часто в ній можна виділити економічну складову. Способи оцінювання м'якої сили / іміджу / бренду країн оснований на основі опитувань людей або на основі об'єктивних факторах іміджу, наприклад:

– проект глобального ставлення Pew Global Attitudes Project проводить опитування громадськості у десятках країн світу (використовують такі питання як: якою є економічна ситуація у країні респондента і чи вона покращиться; ставлення до одного з провідних економічних чи політичних центрів світу; ставлення до американського способу ведення бізнесу, науково-технічних досягнень, індустрії масової культури [1]);

– Євробарометр використовує метод опитувань країн громадян ЄС і країн-кандидатів на вступ, частина його досліджень має відношення до вимірювання економічного іміджу, переважно ЄС [2];

– К. Уїтні та Д. Шамбо на основі опитувань дослідили п'ять складових м'якої сили в Східній Азії та США (економічна, людський капітал, культура, дипломатична репутація, політична система) [3];

– Country Brand Index компанії FutureBrand базується на опитуванні експертів або часто подорожуючих з метою бізнесу або відпочинку [4, с.7];

– FutureBrand також публікує звіт Made in, що показує вартість бренду країни походження товару [5];

– Anholt-GfK Roper Nation Brands Index базується на опитуванні щодо іміджу 50 країн у сферах експорту, урядування, культури та спадщини, людей, туризму, інвестицій та імміграції [6];

– інший проект С. Анхольта Good Country Index показує, які країни найбільше роблять позитивний або негативний внесок у загальне благо для людства (багато індикаторів взяті відносно розміру економіки, тому в лідерах часто опиняються малі країни [7]);

– А. Р. Кардозо, П. Гіммарес та К. Ф. Зіммерманн аналізували, з яких країн чи регіонів походять наукові статті з економічної тематики (це фактично відображає м'яку економічну силу з точки зору формування економічної ідеології та наукових принципів у світі [8]).

На нашу думку, можна провести аналогію між позитивною складовою іміджу та негативною, з одної сторони, та активами та пасивами з іншої. Тому ми можемо запропонувати такий індекс м'якої економічної сили:

$$SEP_i = P_i \frac{P_i}{P_i + N_i} \cdot 100\% / \sum P \frac{P}{P + N} \quad (1)$$

де  $SEP_i$  – індекс м'якої економічної сили країни  $i$ ;

$P_i$  – кількість позитивних повідомлень про економіку країни  $i$ ;

$N_i$  – кількість негативних повідомлень про економіку країни  $i$ ;

Кількість повідомлень розраховується як кількість несхожих інтернет-сторінок, одержаних у результаті пошукового запиту на певну дату. Пошуковий запит формується так, щоб на сторінці були близько одночасно три компоненти: позитивна (good) або негативна (bad) інформація, приналежність до економічної сфери (economic), приналежність до країни (наприклад, Ukraine). Для деяких країн додавалися результати по різних альтернативних назвах (наприклад, U.S., USA, United States). Наприклад, позитивні повідомлення по Україні нами були визначені за таким запитом у пошуковому сервісі Google: "good economic \* \* Ukraine". Знаки \* \* дозволяють гарантувати, що назва країни та перші два слова у запиті розташовані дуже близько по тексту. Одержана інформація за таким запитом найчастіше характеризує економічний стан, новини, умови, менеджмент або дохідність у країні чи її економічні зв'язки з іншими країнами.

Індекс ( $SEP_i$ ) відображає ступінь присутності країни у англomовному інформаційному полі з поправкою на співвідношення позитивних і негативних повідомлень по країні. Сума всіх індексів країн дорівнює 100%. Результати розрахунків за пошуковими запитом станом на 29 листопада 2015 р. по країнах з найбільшим індексом вказані у табл. 1.

Як бачимо, у інтернет-середовищі найбільшою мірою присутня позитивна інформація про економіку ЄС (власне ЄС та по країнах членах). США та Китай на другому і третьому місці, але їх індекс непропорційно менший ніж індекс ЄС з урахуванням співвідношення їх ВВП. Відносно ролі у світовому господарстві мало представлені в інтернеті ряд великих економік Азії, а частково й великих економік континентальної частини ЄС.

Таблиця 1

Індекс м'якої економічної сили по країнах світу в 2015 р., %

Країна	Індекс $SEP_i$	Країна	Індекс $SEP_i$
ЄС + країни-члени ЄС	22,24	Іран	1,72
США	12,54	Польща	1,64
Китай	4,87	Індонезія	1,56
ЄС	4,12	Туреччина	1,39
Росія	3,88	Мексика	1,33
Індія	3,81	Філіппіни	1,31
Німеччина	3,77	Сінгапур	1,30
Великобританія	3,37	Бразилія	1,22
Нова Зеландія	2,62	Україна	1,20
Канада	2,61	Ізраїль	1,07
Австралія	2,56	Франція	0,99
Південна Африка	1,99	Ірландія	0,99
Японія	1,90	В'єтнам	0,97

Джерело: розраховано автором

Використання нашого індексу має і недоліки:

– явно краще виглядають країни, що мають принаймні одну з офіційних мов англійську (наприклад, у Новій Зеландії співвідношення індексу та частки у світовому валовому продукті становить 17,8 – розраховано за: [9]);

– хоча пошуковий сервіс Google намагається уникати дублювання інформації у одержаних повідомленнях, іноді це залишається проблемою і впливає на результати;

– іноді не повною мірою вдається розподілити повідомлення на позитивні та негативні (наприклад у тексті насправді йдеться про необхідність покращання економічної ситуації, а не про добрий економічний стан);

– по малих країнах кількість повідомлень невелика, тому результати по них навряд чи точні.

Проте використання подібних індексів на основі вебметричного підходу може бути достатньо перспективним інструментом, особливо у разі удосконалення можливостей пошукових сервісів. Наприклад, на користь цього свідчить висока кореляція індексу м'якої економічної сили  $SEP_i$  із часткою країни у світовому валовому продукті (0,85) (розраховано за: [9]).

**Список використаних джерел:**

1. Global Indicators Database [Electronic Resource]. – The Pew Research Center's Global Attitudes Project. – Mode of Access: <http://www.pewglobal.org/database/>
2. Eurobarometer surveys [Electronic Resource] // European Commission. – Mode of Access: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm)
3. Whitney C. B. Soft Power in Asia: Results of a 2008 Multinational Survey of Public Opinion / Christopher B. Whitney, David Shambaugh. – Chicago, IL: The Chicago Council on Global Affairs, 2009. – 42 p.

4. Country Brand Index 2014-2015 [Electronic Resource] // FutureBrand. – Mode of Access: <http://www.mumbrella.asia/content/uploads/2014/11/CountryBrandIndex2014.pdf>
5. Made in. The value of country of origin for future brands [Electronic Resource] // FutureBrand. – Mode of Access: [http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/MADE\\_IN\\_Final\\_HR.pdf](http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/MADE_IN_Final_HR.pdf)
6. Place Branding Research [Electronic Resource] // GfK. Growth from Knowledge. – Mode of Access: <https://www.gfk.com/Documents/GfK-Place-Branding.pdf>
7. The Good Country Index [Electronic Resource]. – Mode of Access: [http://www.goodcountry.org/index\\_intro](http://www.goodcountry.org/index_intro)
8. Cardoso A. R. (2010). Trends in Economic Research: An International Perspective : IZA Discussion Paper № 4785 / Ana Rute Cardoso, Paulo Guimarães, Klaus F. Zimmermann. – Bonn: Institute for the Study of Labor, February 2010. – 20 p.
9. World Economic Outlook Databases. October 2015 Edition [Electronic Resource] // International Monetary Fund. – Mode of Access: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/weodata/index.aspx>

**М.В. Устименко**, асистент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ У СФЕРІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ, ІНФОРМАЦІЙНИХ ТА КОМП'ЮТЕРНИХ ПОСЛУГ**

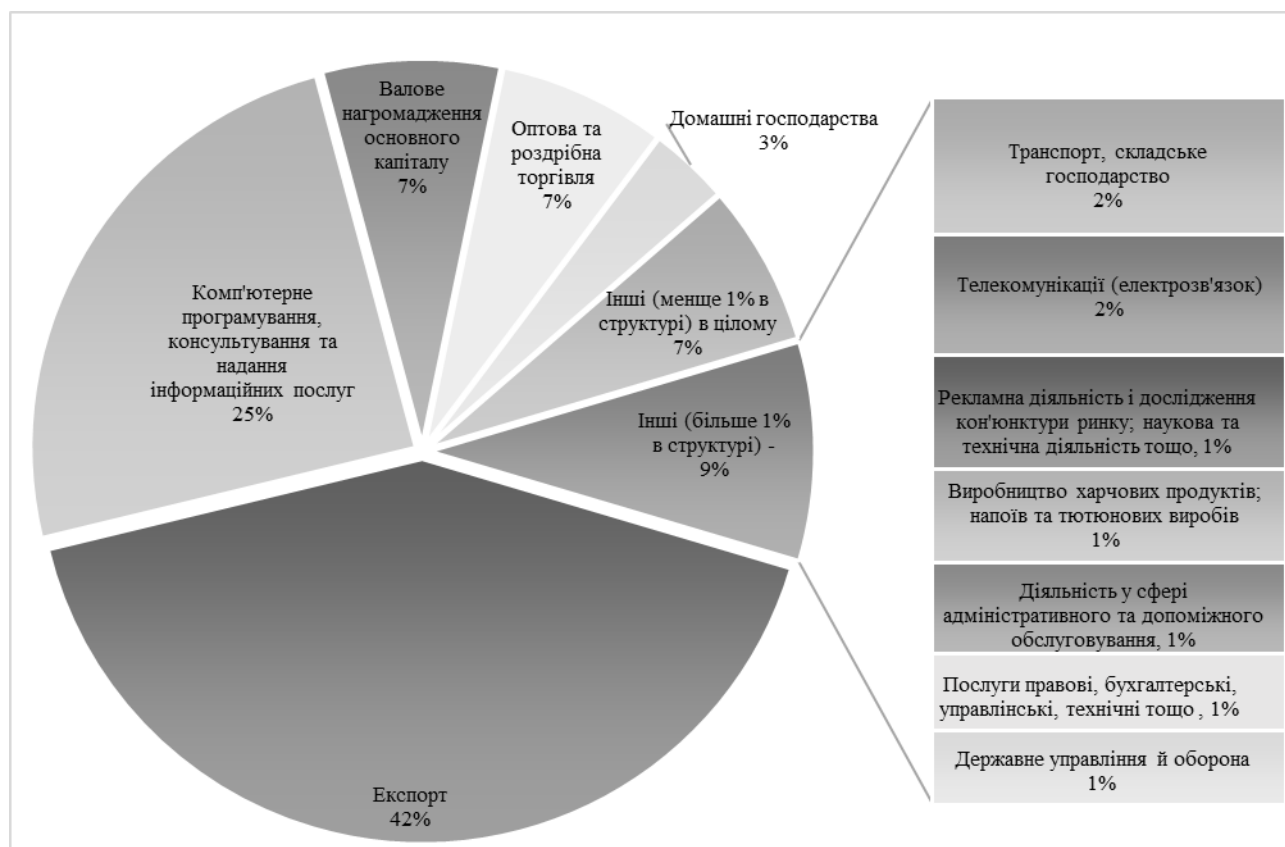
Розвиток міжнародних економічних відносин України в умовах геополітичної нестабільності, суттєвих скорочень експорту і втрати основних ринків збуту на фоні розгортання кризових явищ в світовій економіці у значній мірі буде визначатися ефективністю використання економічного потенціалу країни та можливостей його розвитку через розвиток міжнародних економічних зв'язків.

У даних умовах важливим є пошук напрямів підвищення конкурентоспроможності економіки України у глобальному просторі і реалізації структурних перетворень економіки шляхом переходу на інноваційний шлях розвитку. Одним з таких напрямів переходу є розвиток інноваційних галузей економіки, зокрема з надання телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних послуг і їх інтеграція до системи світогосподарських зв'язків.

Експорт інформаційних, комп'ютерних та телекомунікаційних послуг (ІКТ) України протягом 2010-2014 поступово зростає на противагу іншим видам послуг, надання яких поступово скорочується. У 2014 році експорт

послуг ІКТ становив 1 675,5 млн. дол. США, посідаючи друге місце (після транспортних послуг 6 101,9 млн. дол. США) в структурі експорту послуг України, при цьому частка послуг ІКТ у загальному обсязі експорту послуг 2014 року становила 15%, у 2013 році – 10% [1].

Розглядаючи структуру національного ринку послуг ІКТ України, потрібно відзначити, що внутрішній ринок (виключаючи проміжне споживання даних послуг в рамках самого сектору ІКТ – 25%) складає лише 26% вироблених послуг, при цьому 42% послуг пропонуються на експорт (див. рис.1), що свідчить про експортоорієнтованість даного сегменту.



**Рис.1. Структура використання послуг комп'ютерного програмування, консультування та надання інформаційних послуг України, 2013**

*Джерело:* складено автором на основі даних [2]

Особливістю розвитку сектору послуг комп'ютерного програмування, консультування та надання інформаційних послуг є те, що споживчий ринок складає не значну частку таких послуг, лише 3% з наданих послуг, основна частка результатів діяльності даного сектору використовується на промисловому ринку, що обумовлює сильну залежність розвитку ІКТ послуг від стану функціонування промислового ринку.

Основними країнами експорту послуг у сфері телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуг є США, Російська Федерація, Швейцарія, Великобританія, Мальта, Німеччина, Швеція, Канада, Корея

республіка, Данія і Нідерланди. При цьому з більшості даних країн Україна також імпортує послуги даного сектору. Зростання внутрішньогалузевої торгівлі послугами ІКТ відбувається з Російською Федерацією (в тому числі і у 2014-2015рр), Швейцарією, Швецією і Нідерландами.

Важливою особливістю розвитку сектору інформаційних, комп'ютерних, телекомунікаційних послуг є тенденція до просторової концентрації їх експортерів. Так основними регіонами виробництва даних послуг є Київ, Львівська та Харківська області (див. табл. 1).

Таблиця 1

**Регіональна структура експорту телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних послуг у 2013 році**

Область	Експорт ІКТ послуг в цілому	Інформаційні послуги	Комп'ютерні послуги	Телекомунікаційні послуги	Частка ІКТ послуг в структурі експорту послуг	Частка області в загальному обсязі експорту послуг ІКТ
<b>Загалом</b>	<b>1442312</b>	<b>206934,8</b>	<b>942050</b>	<b>293310,4</b>	<b>10%</b>	<b>100%</b>
Київ	1037544	152683,5	597028,1	287832,6	26%	72%
Львівська	101080,5	14350,1	86703,4	27	26%	7%
Харківська	96350,2	7858,7	88474,5	-	28%	7%
Дніпропетровська	74818,3	12836,2	61975,4	6,7	14%	5%
Вінницька	33618,4	215,5	33403	-	57%	2%
Одеська	16364,3	3252,4	11791,4	1320,5	1%	1%
Запорізька	14841,1	2219,8	12621,3	-	6%	1%

*Джерело:* розраховано автором на основі даних [3]

З табл. 1 видно, що частка Києва у загальному обсязі експорту складає 72% (у загальному експорті Києва послуги ІКТ займають 26%), Львівської області – 7% (частка у експорті регіону 26%), та Харківської області – 7% (частка у експорті регіону – 28%). Також потрібно відмітити достатньо високу сфокусованість цих регіонів на виробництві послуг ІКТ, в середньому складаючи майже третину всіх наданих послуг.

У даних регіонах відбувається зародження кластеризації сектору інформаційних, комп'ютерних, телекомунікаційних послуг, виникають і розвиваються окремі об'єднання підприємств і організацій, які працюють з науковими та муніципальними органами влади на кластерних основах. Так у Львові було створено спільноту, що об'єднує провідні компанії з ІТ-послуг у Львові (близько 30 компаній), а також вищі навчальні заклади і міські органи влади під назвою «Львівський ІТ Кластер». Основними задекларованими завданнями такого об'єднання є [4]: просування Львова як центру розвитку галузі ІТ на міжнародному та національному рівні, участь компаній кластеру у міжнародних виставках та конференціях, інституційний розвиток кластеру завдяки залученню додаткового фінансування, включаючи фінансування з програм ЄС, організація торгівельних місій з різними країнами для налагодження партнерства та пошуку нових клієнтів.



На початку 2014 року було задекларовано створення ІТ-кластеру у Харкові «Kharkiv-IT», у якому беруть участь провідні ІТ-компанії регіону, представники вузів Харкова, представники департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації, а також департаменту інноваційного розвитку, промисловості та транспортної інфраструктури облдержадміністрації. У харківському ІТ-кластері була сформована координаційна рада в 2014 році і прийнятий план реалізації стратегії розвитку кластера в 2015 році, який включає п'ять напрямків робіт [5]: організація інформаційної взаємодії учасників кластера, сприяння інноваційному розвитку підприємств кластера, формування і просування іміджу кластера та його учасників, підвищення рівня професійних знань персоналу підприємств-учасників кластера, розвиток інфраструктури, необхідної для розширення інноваційної діяльності підприємств-учасників. В цілому, діяльність новоствореного кластеру спрямована на налагодження системи зв'язків і відносин між учасниками в середині кластера, і його просування для залучення нових учасників.

Таким чином, в цілому відбувається зростання і розвиток зовнішньої торгівлі України послугами телекомунікаційної, інформаційної та комп'ютерної сфери, при цьому зростають як обсяги експорту, так і імпорту в основному за рахунок розвитку зовнішньоторговельних відносин з провідними країнами світу та з країнами пострадянського простору.

Сфера ІКТ послуг демонструє позитивні тенденції зростання, однак її розвиток знаходиться на зародковій стадії і значною мірою орієнтується на експорт при достатньо вузькому внутрішньому ринку ІКТ послуг України.

Особливістю розвитку сектору інформаційних, комп'ютерних, телекомунікаційних послуг є тенденція до просторової концентрації їх експортерів, основними центрами послуг ІКТ є Київ, Львів та Харків. В цих регіонах спостерігається зародження процесів кластеризації, які на даному етапі орієнтовані на побудову внутрішніх зв'язків між учасниками і здебільшого на просування таких утворень на національній арені, і поки що менш орієнтовані на формування, розвиток і розширення міжнародних зв'язків.

#### **Список використаних джерел:**

1. Структура експорту-імпорту за видами послуг у 2014 році - [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Таблиця «витрати–випуск» України за 2013 рік в основних цінах / За редакцією І. М. Нікітіної.- Державна служба статистики України. –2015.– 57 с.
3. Статистичний збірник «Регіони України», 2014 / За редакцією О.Г. Осауленка. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – Ч.2. – С. 633-680
4. Напрямки проектної діяльності Львівського ІТ Кластеру [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://itcluster.lviv.ua/ua/about-us/about-cluster/>
5. Международный форум Kharkiv-IT - [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://kharkiv-it.com.ua/ru/>

Г.О. Гудзь, аспірант,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## **НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ СТРАХУВАННІ ТА ЇХ ФОРМУВАННЯ НА ЦІЙ ОСНОВІ**

Існує безліч тлумачень, пов'язаних з трактуванням поняття «послуга» і розумінням його економічної сутності. Виділимо ряд наукових підходів, що відображають ці тлумачення, починаючи з класичної економічної теорії. К. Маркс визначає послугу як «споживчу вартість, втілену і в товарі, і у вигляді «чистих послуг, які не отримують у вигляді речі самостійного буття окремо від виконавця» [1]. Маркс зазначає, що споживач купує послуги для споживання, тобто як споживчі вартості, предмети, тоді як для виробника цих послуг вони товари, які мають і споживчу, і мінову вартості. З точки зору К.Маркса, послуга відображає специфічну корисність, корисність у формі діяльності і розглядається як особлива форма економічних відносин обміну.

Розвиваючи ці ідеї, А. Сміт зазначає, що послуги - це блага, які не мають природної субстанції. Далі з'явилися відомі теорії трудової вартості і граничної корисності (Д.Рікардо, Е.Бем-Баверк), в яких стверджувалося, що послуга, як одна з форм блага, володіє корисністю.

В рамках неокласичної теорії (А. Маршалл) нематеріальні блага поділяються на дві групи: зовнішні і внутрішні. До внутрішніх нематеріальних благ належать власні якості людини, зовнішні нематеріальні блага - це послуги, що надаються людиною, і інші блага, які припиняють своє існування в момент свого виникнення [2].

На даний час у вітчизняній економічній літературі приділена велика увага проблемі тлумачення поняття «страхова послуга». Але, не зважаючи на теоретичну і практичну цінність накопичених наукових знань, існує необхідність подальшого дослідження. У зв'язку з розглядом страхових послуг у контексті агрострахування виникає потреба у розгляді напрямів розвитку страхових послуг у агрострахуванні та їх формуванні.

Можна скласти уніфіковані вимоги до формування страхових послуг у агрострахуванні та представити у вигляді етапів:

- Страхова послуга повинна мати суспільну корисність незалежно від того на велику чи малу групу страхувальників орієнтована. В даному випадку ступінь суспільної корисності страхової послуги в кінцевому підсумку дозволяє зайняти відповідне місце на ринку. Страховик зможе реалізувати свою послугу тільки в тому випадку, якщо учасники ринку мають усвідомлений страховий інтерес. Слід зазначити, що страховому інтересу на відміну від майнового інтересу страхувальника у сільськогосподарському страхуванні, приділяється не достатня увага. У той же час аналіз страхових інтересів є одним з найважливіших аспектів дослідження страхової послуги, що добре видно з наведеного вище ланцюгу створення вартості у агробізнесі. Питання

усвідомлення необхідності страхування – не одне й теж, що усвідомлення необхідності обов'язкового чи добровільного страхування. Якщо індивідуальний страховий інтерес формується і змінюється у зв'язку із зміною самосвідомості та рівня добробуту потенційного страхувальника, то суспільний страховий інтерес самим суспільством може бути не усвідомлений, не визначений [4,5].

- Оскільки послуга страхова, то її найважливішим атрибутом є ризикова частина, в якій проявляється страховий захист. Ризикову частину страхової послуги характеризують такі складові:

- характер майнового інтересу, який є об'єктом страхування;
- зобов'язання, які приймає страховик (перелік страхових випадків, страхова сума, страхове забезпечення, ліміт, франшиза);
- концепція відшкодування збитку, яка передбачає принципи відшкодування збитку і форму відшкодування.

- Крім ризикової частини, страхова послуга може включати в себе послуги, так чи інакше пов'язані з наданням страхового захисту. З одного боку, це задовольняє потреби страхувальника. З іншого – досить корисно для страховика, оскільки, по-перше, дозволяє певною мірою диверсифікувати свою діяльність, і по-друге, надати привабливість свого товару в умовах стандартизації страхових послуг.

- Страховій послугі, як товару, повинна бути надана форма, яка оптимізована з позиції можливих каналів продаж. Не зупиняючись на аналізі конкретних методик продаж, відзначимо загальну тенденцію «від маркетингу продукту до маркетингу послуг». Відмінність цих підходів полягає в якості й обсязі наданого страхувальнику сервісу. При цьому змінюється статус страхового посередника – з продавця страхової послуги на консультанта з питань страхування.

- Є важливим, щоб страхова послуга була вбудована в оптимізовану систему управління ризиком страхувальника.

- страхова послуга повинна відповідати всім тим вимогам, які виходять з загального стану економіки країни, позаекономічних факторів (наприклад, військових дій), демографічних. Як приклад, можна привести загальновідомі проблеми, пов'язані з процесом зміни кліматичних умов, що впливає на страхову послугу безпосередньо (зміна відповідних видів страхування притаманних для окремих територій/регіонів, розробка нових індексних продуктів та об'єднання з ризиковими програмами), і опосередковано – через зниження доходів у невеликих домогосподарств.

Розглядаючи процес формування страхової послуги у сільськогосподарському страхуванні, не можна не відзначити два фактори, які не характеризують безпосередньо економічну природу страхової послуги, але які надають визначальний вплив на її якість [3, 5].

Перший фактор – це ціна страхової послуги. Ціна на страхову послугу має об'єктивні межі: на верхню впливає конкуренція і низька еластичність попиту,

а нижню – реальна величина ризику і потреба страхової компанії в забезпеченні своєї платоспроможності.

Другий фактор – платоспроможність страховика, що визначає якість страхової послуги. Якщо страховик неплатоспроможний, втрачається сама природа страхової послуги як форми реалізації страхового захисту в умовах ринку.

Не менш важливу функцію страхова послуга виконує в якості активного інструменту перерозподілу фінансових ресурсів суспільства. Ця функція не обмежується формуванням інвестиційного капіталу, процес перерозподілу набагато ширше і глибше.

Отже, будь-яка зміна характеристик страхової послуги впливає на весь фінансовий ринок. Формування страхової послуги у агрострахуванні повинно проводитися на основі усвідомлення економічних процесів, на які вона може вплинути.

#### **Список використаних джерел:**

1. Маркс К., Энгельс Ф. Капитал Соч. 2-е изд. Т.26. Ч.1. С. 413-414.
2. Маршалл А. Принципы экономической науки. М.: Прогресс, 1993. С.123.
3. Страхові послуги: [підручник] / [С.С. Осадець, Т.М. Артюх, О.О.Гаманковата ін.]; Кер. авт. кол. й наук. ред. проф. С.С. Осадець і доц. Т.М. Артюх. –К.: КНЕУ, 2007. – 464 с.
4. Яворська Т.В. Страхові послуги: навч. посіб./ Т.В. Яворська. – К.: Знання, 2008. – 350 с.
5. Ротова Т.А. Страхування: навч. посіб. / Т.А. Ротова, Л.С. Руденко – К.: Київ, Нац. торг. – екон. ун – т, 2001. – 400 с.

**В.І. Ерастов**, аспірант,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІОТ ДЛЯ СТРАХОВОЇ ГАЛУЗІ**

Технології перебувають у стані постійного розвитку, і, в результаті, світ стає все більш пов'язаним. Цифровий світ зростає, що дозволяє людям, місцям і речам легко обмінюватися цифровою інформацією та даними. Цифрова інформація, яка зберігається і аналізується, забезпечує прогнози, відгуки та засоби контролю для різних сторін, а, отже, Інтернет речей (з англ. Internet of Things, IoT) робить або, принаймні, може робити світ безпечнішим і здоровішим. Існує і зворотний бік зазначеного явища: величезна кількість зв'язків може призвести до появи потенційного ризику вторгнення і небажаних обмежень на дії окремих осіб, свободу слова та, навіть, думки.

У недавній доповіді "Інтернет речей та страхова галузь: Чи може стара галузь навчитися новітнім підходам" висвітлено, як і чому Інтернет речей може в корені вплинути на страхову галузь. На думку Дональда Лайта, зі страхової точки зору новим, відмінним та критично важливими ці дані робить те, що вони

можуть забезпечити набагато точніше уявлення про небезпеки та ризики, що страхуються. Аналітично доведено, що другим критично важливим наслідком IoT є те, що страховики можуть створити зворотний зв'язок і механізм управління процесами, щоб контролювати або мати можливість керувати поведінкою і властивостями окремих ризикогенних об'єктів.

Інтернет речей має три взаємозалежних компоненти: речі з мережевими датчиками, сховища даних і аналітичні системи. У деяких випадках IoT може забезпечити більш точні дані щодо різних факторів, що впливають на ціноутворення страховиків, а в інших, вони можуть забезпечити нові види даних, які можуть безпосередньо впливати на ціноутворення. У зазначеній доповіді йдеться про величезний потенціал IoT в аспектах зміни способу ведення страхового бізнесу та розкриті шляхи реалізації цього потенціалу. Звіт Selent розкриває деталізовану інформацію щодо того, як IoT може надати страховикам первинні дані про безліч небезпек і ризиків, а також можливість створити ефективний процес управління зі зворотним зв'язком, щоб істотно знизити збитки [3].

Використання IoT модифікує кожен ланцюг страхових бізнес-процесів, у тому числі, розробку продуктів, ціноутворення, андеррайтинг, обслуговування та урегулювання. Для успішної діяльності вартість для страхувальників (в плані скорочення премій та інших витрат по ризикам) і страховиків (з погляду зниження витрат на провадження страхової діяльності) повинна бути збалансована з витратами на запровадження, підтримку та використання IoT.

З часом страхові внески зменшаться пропорційно скороченню страхових виплат. Відкритим питанням залишається аспект запровадження страховою галуззю відповідної середньострокової стратегії, спрямованої на зниження страхових виплат. Крім того, постає питання щодо впливу значного зниження обсягів премій, яке призведе до послаблення ролі страхових інститутів в економіці. Впровадження IoT стане причиною пошуку нових джерел доходу, що має ґрунтуватися на зниженні ризиків та відшкодувань.

Щоб бути частиною IoT, речі повинні взаємодіяти або включатися у взаємодію з мережевими датчиками, які будуть оцінювати, а в деяких випадках записувати і передавати інформацію про внутрішній та зовнішній стан речі. Відповідно до доповіді Selent, речі повинні бути матеріальними об'єктами, та виключати такі характеристики нематеріальних активів, як інтелектуальна власність та репутація. До показників внутрішнього стану можуть бути віднесені, наприклад, температура людини, її пульс, артеріальний тиск, швидкість автомобіля або напруга на зварних швах моста. Зовнішні показники належать до середовища, що оточує елемент інфраструктури IoT, зокрема, температура оточення, обмеження швидкості або вага транспортних засобів, які перетинають міст.

Мережеві датчики відправляють зазначені дані та інформацію до сховища даних у вигляді неструктурованого тексту, матриць структурованих показників, відео та у інших формах цифрових архівів. Незалежно від форми, яку приймає

пакет даних від IoT, обсяг інформації буде значним. Тільки найбільші страховики матимуть ресурси для зберігання даних на власних серверах, а більшість потоків даних, ймовірно, буде зберігатися та оброблятися в «хмарі». Критично важливими ці дані є для страховиків завдяки їхній можливості забезпечити більш точне та повне уявлення про небезпеки та ризики, що підлягають страхуванню.

Враховуючи особливості поділу IoT на чотири категорії, а саме живі, рухомі, стаціонарні речі та речі-передавачі, аналіз отриманих даних забезпечить страховиків інформацією про те, що може статися у даний момент часу, які зміни та події з високою вірогідністю можуть статися в найближчі роки, а також спрогнозувати необхідні дії страховиків залежно від правових і нормативних рамок, а також уподобань клієнтів. Певною мірою ці дані вже доступні для страховиків, IoT, однак, може надати нові й адекватніші дані для побудови часових рядів, виявлення, наприклад, швидкості пересування автомобіля залежно від обмежень швидкості на певних відрізках доріг. Аналітичні системи страховиків можуть використовувати похідні від отриманих даних для створення кращих продуктів, змін у ціновій політиці та рекомендацій андеррайтингу.

Потенціал змін страхової галузі від впровадження IoT є надзвичайно великим, але є три основних умови, без виконання яких впровадження Інтернет речей є неможливим. Перш за все, це розробка ефективних та простих у користуванні технологій збору інформації та відповідної мережевої інфраструктури. Наступним кроком є розгортання системи IoT та інтеграція Інтернет речей в об'єкти страхування. Останнім завданням страховика є створення та реалізація систем обробки, так званих, Великих Даних для зберігання, моделювання окремих процесів та створення новітніх продуктів, впровадження алгоритмів ціноутворення й андеррайтингу рішень [4]. Задля можливості впливати на відшкодування та премії, IoT має стати відображенням прямого зв'язку між даними з сенсорів та небезпеками і ризиками, Інтернет речі повинні бути готові або здатні змінювати свою поведінку і продуктивність.

Окрім потенціалу зробити світ більш безпечним, IoT не позбавлений від небезпек та загроз. Інтернет речей, безумовно, має потенціал для створення більш безпечного світу, проте також має потенціал зробити його більш небезпечним і нав'язливим місцем. Датчики, аналіз і моделювання, команди і запити до окремих елементів інфраструктури є трьома елементами, які можуть стати вузьким місцем та приховувати в собі загрозу [1]. Тим не менш, IoT може стати джерелом додаткової вартості в страховому ланцюзі, особливо у випадку значної кількості об'єктів. При розробці страхового продукту, наприклад, умов страхового полісу, їх доведеться коригувати залежно від наявності та умов експлуатації окремих сенсорів. У процесі ціноутворення деякі з традиційних елементів мають бути замінені на результати обробки даних, що були отримані від найбільш потужних предикторів втрат, які базуються на аналізі та моделюванні.

У процесі андеррайтингу, оцінки і рішення будуть базуватися на новітніх елементах, які відображають набори даних, побудованих за час дії попередніх аналогічних полісів. Рішення можуть також базуватися на широкому діапазоні даних, таких як зображення і відео. За прогнозами аналітиків, процес обслуговування клієнтів страхової компанії буде кардинально змінений після включення до нього IoT. Відповідно до проведених досліджень, страховики повинні будуть засвоїти нові навички та розробити кращі способи спонукання людей до зменшення ймовірності страхового випадку. Процес урегулювання базуватиметься на новітніх елементах, що дасть змогу визначити причинно-наслідковий зв'язок та відповідальні сторони, наприклад, відео при дорожньо-транспортних пригодах. Інструменти протидії шахрайству також зможуть використовувати значно ширші та досконаліші алгоритми обробки даних.

В історії розвитку non-life страхування основну увагу приділяють розумінню ризику, ціноутворенню залежно від ризику та механізму відшкодування. Вторинним акцентом є запобігання втрат, проте, для цих цілей, страхова галузь часто зверталася до даних другого порядку. IoT може забезпечити страховикам доступ до даних першого порядку щодо безлічі небезпек та ризиків, а також можливість створення процесів управління зі зворотним зв'язком, щоб істотно зменшити втрати.

Отже, зміна традиційної моделі страхування відкриє доступ до альтернативних джерел доходів від IoT, які включають деякі види діяльності, котрі не можуть бути використані при традиційному для страхової послуги контролі втрат. Звернення до безпосереднього аналізу небезпек і ризиків страхувальників, надання дієвих рекомендацій для мінімізації втрат, створення нових продуктів, інформаційні послуги та певна ігрова складова в просуванні страхової галузі стане основою майбутнього розвитку страхової галузі з використанням IoT.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ерастов В.І. Вплив інтернету речей на розвиток страхової справи/ В.І. Ерастов, збірник тез доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції «Грудневі читання» том 1- 226-227с.
2. Пікус Р.В. Страхування: практикум: навч. посіб. / Р. В. Пікус, В.Д. Базилевич, К. С. Базилевич, О. Ф. Філонюк, Н. В. Гудима; ред.: В. Д. Базилевич; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. - 2-ге вид., переробл. і доповн. - К.: Знання, 2011. - 607 с.
3. Strategy Meets Action [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://strategymeetsaction.com/our-research/2015-insurance-technology-priorities-and-spending/>
4. Wall Street Journal [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://online.wsj.com/sandbox/archive/admin/>

**Р.З. Любачівська**, аспірантка,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

## **БІОЕКОНОМІКА ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ СТІЙКОЇ ЕКОНОМІКИ**

Глобальні та регіональні проблеми світу та світової економіки поставили високі завдання та виклики перед людством, зокрема вченими. Збільшення населення світу, зміна клімату, вичерпність ресурсів, забруднення навколишнього середовища та світова продовольча проблема привернули увагу до новітніх технологій. В умовах інформаційної економіки новим пріоритетним напрямом розвитку стійкої економіки стає біоекономіка, що являє собою принципово новий підхід до раціонального використання ресурсів та їх поновлення. В світі розпочинається об'єднання зусиль, знань та факторів виробництва, для забезпечення розвитку біотехнологічної галузі. Взаємозв'язок між компаніями формує унікальну інноваційну модель, яка стимулює конкуренцію та створює нові ідеї просування біотехнологічних технологій.

Сучасні підходи до визначення біоекономіки та її майбутній розвиток в умовах посилення глобалізаційних процесів розглядали у своїх працях вітчизняні й зарубіжні вчені: С. Кваша, В. Байдала, М. Талавіря, Г. Калетник, Г. Карлсон, Д. Зілберман, К. Кларк, С. Джонсон, А. Бенетт та інші.

Визначення терміну «біоекономіка» трактується вченими та організаціями із різною метою: поняття біоекономіка базується на парадигмах виробництва, яке пов'язане з біологічними процесами, використовує природні ресурси із навколишнього середовища, потребує мінімальних витрат енергії і не забруднює довкілля, оскільки вхідні ресурси використовуються не один раз та повністю перетворюються в екосистемі[1]; біоекономіка об'єднує весь спектр природних і поновлюваних біологічних ресурсів – землі та моря, біологічні матеріали. Біоекономіка включає в себе широкий спектр загальних та конкретних технологічних рішень (вже наявні або розвинені в майбутньому), які можуть бути застосовані у різних секторах економіки для забезпечення сталого розвитку та вирішення глобальних проблем для майбутніх поколінь [2].

Біоекономіка – це новий тип інноваційно-інтеграційної економіки, який призначений для практичного використання біотехнологій у всіх галузях промисловості. Деякі вчені розглядають біоекономіку, як процес комерційного та промислового характеру в цілях покращення добробуту людей. Біоекономіка базується на раціональному використанні національних та світових природних ресурсів, на розробці поновлювальних ресурсів з меншим негативним впливом на навколишнє середовище.

Стимулювання біоекономіки здійснюються багатьма розвиненими країнами світу, в ЄС щорічно витрачаються десятки мільярдів доларів на розвиток біотехнології та її досліджень. Сектор біоекономіки ЄС складає 2 трлн. євро річного обороту та більше ніж 22 млн. робочих місць, 9%



працездатного населення [3]. Однак для того, щоб залишатися конкурентоспроможними і підтримувати роботу у світлі основних соціальних проблем та зростання світових ринків, біоекономічний сектор ЄС повинен впроваджувати інновації та забезпечувати диверсифікацію.

На 8-му щорічному Європейському форумі з питань промислової біотехнології та біоекономіки у Брюсселі, 28 жовтня 2015р. – провідні біотехнологічні кластери Європи у Нідерландах, Франції, Великобританії та Німеччини об'єдналися в Європейський Біоекономічний Інтеркластер. Європейський Біоекономічний Інтеркластер є стратегічним європейським партнерством, яке ґрунтується на взаємодоповнюючих сильних чотирьох регіональних інноваційних кластерів: кластер «BioEconomy» (спеціалізація на лісовій промисловості, Німеччина), кластер «BioVale» (фокусується на біовідходах, Великобританія), кластер «IAR» (фокусується на валоризації поновлюваних ресурсів із сільського господарства, лісів та водоростей у харчові і непродовольчих товарів, Франція) та кластер «BiobasedDelta» (спеціалізується на нових біологічних ресурсів для хімічної промисловості, Нідерланди). Головною метою є підтримка малих та середніх підприємств у доступі до нових ринків [3].

В ЄС велике значення приділяється ініціативам, програмам, стратегіям підтримки та розвитку інноваційних процесів у країнах. В 2012 р. у ЄС була представлена стратегія «Інновації для сталого економічного зростання: біоекономіка для Європи» [4]. Основна мета полягає в зниженні залежності ЄС від викопних ресурсів. ЄС фінансує біотехнологічні дослідження та в рамках програми Горизонт 2020 виділено бюджет у розмірі 80 млрд. євро на період 2014-2020 рр. Передбачено зміцнювати інноваційну складову економіки, орієнтовану на скорочення викидів парникових газів; впроваджувати відповідні технології в галузях сільського господарства та рибальства; використовувати поновлювані біологічні ресурси в промислових цілях, забезпечуючи при цьому захист навколишнього середовища та збереження біологічного різноманіття. Збільшення фінансування наукових досліджень забезпечить зростання доданої вартості на 45 млрд. євро і сприятиме створенню нових робочих місць у секторах біоекономіки до 2025 р. Кожен євро, вкладений в дослідження та інновації в секторах, дозволяє генерувати близько 10 євро в доданій вартості [3].

Відповідно до реалізації стратегії, у 2012 р. було запущено обсерваторію біоекономіки в тісній співпраці з існуючими інформаційними системами, що дозволяє Європейській Комісії регулярно оцінювати прогрес і наслідки біоекономіки, і розвивати перспективи та інструменти для моделювання. Обсерваторія біоекономіки поповнюється статистичними даними щодо країн в біотехнологічній галузі.

Для України біоекономіка є новим поняттям через відсутність програм, платформ для реалізації інноваційних цілей. Найгострішою проблемою розвитку біотехнологічного сектору є мінімальне фінансування державою та залучення бізнес-інвесторів, які б сприяли розвитку даного сектору на новому

рівні. Впродовж останніх років біотехнологія не набула етапу зрілості та не має можливості виходу на європейський чи світовий інноваційних ринок. Прикладом для наслідування є Угорщина, Польща та Чехія, які є лідерами у розвитку біотехнологічного сектору серед нових країн ЄС. Ці країни змогли простимулювати даний сектор, розробити програми залучення інвесторів та сприяти прогресивному розвитку. Суспільство, яке ґрунтується на вуглеводневому паливі, повинно перейти до «біосупільства», використовуючи дослідження та інновації як двигун. Це піде на користь навколишньому середовищу, продовольчій і нашій енергетичній безпеці, а також майбутній конкурентоспроможності Європи в світі.

Наприклад, на сьогодні в Україні вже є принаймні 15 компаній, що вирощують енергетичні культури на комерційному рівні. Ще низка планують найближчим часом вийти на цей ринок. Зазвичай вирощують енергетичні культури паралельно з іншим бізнесом. Більшість компаній лише експериментують і дивляться на перспективи. Ця ситуація пов'язана з тим, що на Заході (в Європі) фермери, які вирощують енергетичні культури, отримують компенсацію. Вдалі проекти: компанія SalixEnergy, яка була заснована 2010 р., має найбільші в Україні плантації енергетичної верби, що розташовані у Волинській і Львівській областях (понад 1500 га). Культивують шість сортів верби, зокрема польські та шведські. У 2013 р. компанія зареєструвала свій власний сорт «Марцияна» (єдиний офіційно зареєстрований в Україні). Компанія «Phytofuels» вирощує цілу низку енергетичних культур на площі понад 35 тис. га у Полтавській області. Агрохолдинг KSG Agro, який має у власності 65 тис. га земель у Дніпропетровській області, розвиває новий напрям свого бізнесу вирощування міскантусу. Із біомаси міскантусу вироблятимуть тверде біопаливо. ТОВ «Аграрна Співдружність» у 2011 р. розпочало реалізацію проекту з вирощування енергетичної верби (*Salix viminalis*) і виробництва паливних гранул з неї. В Україні також проводиться широка науково-дослідна робота щодо енергетичних культур. Загальна площа для вирощування енергетичних культур в Україні може становити близько 200 тис. га – у 2020 р. і до 1 млн. га – у 2030 р. Відповідно, урожай цих культур буде еквівалентний 1 млн. тонн у 2020 р. і близько 5 млн. тонн у 2030 р. [5].

Перспективи імплементації біотехнологій в економіку мають синергетичний зв'язок, а саме економіки та технологій. Важливо побудувати заохочувальну платформу для спільної роботи між закладами науки, підприємствами та надати можливість малим та середнім підприємствам виходити на нові ринки і реалізовувати свій інноваційний потенціал. Біоекономіка є одним із основних напрямків розвитку розвинених держав, направлена на вирішення проблем людства. Біопаливо, біотехнологічні культури, відновлювальні ресурси потребують подальшого дослідження та уваги науковців.

**Список використаних джерел:**

1. Дульська І.В. Чи поїде Україна швидкісним потягом НТП? (маніфест технологічного розвитку країни) / І.В. Дульська // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2012. – №1 (5). Том 1. – С. 80-92.
2. Bio-based economy in Europe: state of play and future potential – Part 2, 2011p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/research/consultations/bioeconomy/introductory\\_paper.pdf](http://ec.europa.eu/research/consultations/bioeconomy/introductory_paper.pdf).
3. Євросоюз затвердив нову стратегію – перехід до біоекономіки і відмову від нафти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vcourse.ua/ua/economics/perekhod-na-bioekonomiku-i-otkaz-ot-nefti.html>
4. Europe's Bioeconomy Intercaluster [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.3bi-intercluster.org>
5. Gain Report on Global Agricultural Information Network, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/EU%20Bio-Based%20Economy%20and%20Its%20Inputs\\_The%20Hague\\_EU-28\\_2-6-2015.pdf](http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/EU%20Bio-Based%20Economy%20and%20Its%20Inputs_The%20Hague_EU-28_2-6-2015.pdf)
6. Гелеткха Г., Железна Т. Енергетичні варіанти для АПК, 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uabio.org/img/files/news/pdf/ukr-farmer-jan-2015.pdf>

**Н.І. Синковець**, аспірантка,  
Інститут міжнародних відносин  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**ФЕНОМЕН МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ: ПОНЯТТЯ ТА НАСЛІДКИ**

Міграція робочої сили впливає на економічний розвиток всіх країн світу. Міграцію як феномен досліджувало багато вчених, розуміючи під нею переміщення населення з одного місця в інше, з метою зміни місця проживання, як на тимчасовій, так і на постійній основі. Міграція – це структурна складова для світового економічного зростання та розвитку, що пов'язана з економічними циклами та демографічними змінами.

Міграція є відносно постійним феноменом, однак вона не виникає ні звідки. Країни, що залучаються до цього процесу проходять процес трансформації від чистої еміграції до чистої імміграції (наприклад, Угорщина, Польща, Чехія).

Міграція повинна розглядатися як відповідь на дисбаланс, що виникає між чисельністю та темпами зростання населення [5].

У ході свого міграційного досвіду, країни-реципієнти пройшли своєрідні демографічні зміни, що називаються міграційними циклами.

Під міграційним циклом розуміється ряд етапів, за яких іммігранти із менш розвинених країн переїжджають та оселяються у більш розвинених

протягом певного проміжку часу, який впливає та вимагає адаптації у іммігрантів, корінного населення та інституцій приймаючої країни.

В рамках міграційного циклу виділяються конкретні стадії. На першій стадії іммігранти виступають в ролі соціально вразливих (маргінальних) закордонних працівників.

Друга стадія характеризується або сімейним возз'єднанням, або створенням нової сім'ї. Часто друга стадія супроводжується соціальною напругою між іммігрантами та сегментом приймаючої спільноти, що пов'язано, наприклад, з навчанням у школі дітей іммігрантів, або взаємовідносинами з державними службами.

Третя стадія безпосередньо впливає із адаптації до постійного проживання в країні.

Історія знає багато прикладів того, як країна змінює свій міграційний статус та стає привабливою, або навпаки – непривабливою для мігрантів. Австрія приклад того, як колишня країна емігрантів стала країною іммігрантів. Відбулися зміни не лише в міграційній політиці, але і в адаптації як суспільства, так і правової системи.

В 20 ст. Європа стала одним з основних регіонів з найбільшою кількістю іммігрантів у світі.

Міграція виникає на різних рівнях, і тому прийнято поділяти міграцію на внутрішню (в межах країни) та зовнішню, остання, в свою чергу, поділяється на міжконтинентальну, континентальну та міжрегіональну.

Змінити своє постійне місце проживання людину змушують фактори різної природи. В літературі прийнято їх поділяти на об'єктивні та суб'єктивні. Об'єктивні фактори міграції характеризують навколишнє середовище людини, вони, в свою чергу, поділяються на суспільні (економічні, політичні, правові, релігійні, соціальні, етнічні тощо) та природні. Природні фактори визначаються природними умовами проживання та праці: кліматичні, екологічні. Суб'єктивні фактори формуються під впливом індивідуальних бажань, прагнень, цілей та орієнтирів мігрантів [4].

Бажання трудових мігрантів змінити місце проживання диктується, в основному, економічними мотивами, зокрема: різницею в економічному та соціальному розвитку країн; різницею у рівні заробітної платні; різному попиті на робочу силу; стану ринку праці, перенаселенні, високому рівні безробіття в країнах-донорах; високою потребою в країнах-донорах у вузькопрофільних спеціалістах тощо [1].

Згідно з концепцією трьох стадій, запропонованою російськими вченими Заславською Т.І. та Рибаківським Л.Л., процес трудової міграції населення проходить такі етапи:

– стадія прийняття рішення мігрувати, правильність якого, якщо воно відбувається в умовах свободи вибору, в більшості залежить від багатосторонньої та правдивої інформації про нове місце, де потрібно буде працювати та жити;

– стадія безпосереднього територіального переміщення, яке може відбуватися за допомоги держави та різних суспільних структур або самостійно, за рахунок власних можливостей, на свій страх та ризик;

– стадія адаптації мігрантів до нового місця проживання, а також працевлаштування для ефективної роботи [3].

Наслідки міграційних процесів неоднозначні, оскільки одні і ті самі наслідки, зумовлені міграцією, можуть оцінюватися як позитивні так і негативні, в залежності від того, це країна-реципієнт чи донор.

Таблиця 1

**Наслідки від міграційного процесу**

	Позитивні наслідки	Негативні наслідки
Країна-реципієнт	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Забезпечення районів із дефіцитом працівників трудовими ресурсами;</li> <li>– збільшення економічної активності населення;</li> <li>– збільшення конкуренції на ринку праці, як наслідок – покращення якості трудових ресурсів та зниження ціни на працю.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Відтік грошей у формі грошових переказів;</li> <li>– демографічні проблеми;</li> <li>– зниження ринкової ціни на працю, витіснення місцевого населення з робочих місць в окремих сферах та галузях;</li> <li>– необхідність додаткових заходів державної політики для контролю за нелегальною міграцією;</li> <li>– проблеми з культурною адаптацією мігрантів;</li> <li>– зростанням соціальної напруги та ризик соціальних конфліктів.</li> </ul>
Країна-донор	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Зниження рівня безробіття;</li> <li>– підвищення доходів населення за рахунок грошових переказів;</li> <li>– часткове вирішення демографічної проблеми.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– недоотримання податкових надходжень від доходів мігрантів;</li> <li>– зростання демографічних проблем;</li> <li>– відтік кваліфікованої робочої сили;</li> <li>– необхідність додаткових заходів державної політики, спрямованої на утримання трудових ресурсів та повернення мігрантів.</li> </ul>

*Джерело:* [4]

Потенційні економічні переваги та втрати від міграції можуть бути насправді вражаючими.

Згідно із дослідженнями британського економіста Алана Вінтерса та австралійського науковця Террі Волмслі 3% розширення світової міграції може згенерувати більше світових надходжень ніж повна лібералізація всіх торговельних потоків. Причиною таких значних показників є різниця у доходах між бідними та багатими країнами [6].

Мігранти залишаються у вигащі від міграції. Саме вони, в основному, задовольняють попит у низькокваліфікованій роботі в регіонах з високою заробітною платою.

Працевлаштування та продуктивність мігрантів залежить від того, наскільки добре вони кваліфіковані, і як їх кваліфікація відповідає запитам роботодавців.

Міграція впливає на фіскальний баланс в країні-реципієнті та підвищує технічний прогрес. В 2000 р. за оцінками Національного Наукового Фонду США більше 35% докторів філософії та інженерів в Америці були мігрантами [6].

Міжнародні грошові перекази до країн що розвиваються є найбільшим джерелом фінансування після прямих іноземних інвестицій.

Еміграція прямим чином впливає на ринок праці – відтік робочої сили зміцнює ринок, або спричиняючи зростання заробітної плати, або скорочення неповної зайнятості.

Більшість із згаданих наслідків залежить також і від виду міграції (постійна чи тимчасова). Тимчасові заробітчани, що виїхали за кордон без сімей, з більшою вірогідністю будуть переказувати гроші додому, ніж ті, що виїхали на завжди.

Працівники, що повернулися, приїжджають з новими вміннями, однак, часто така кваліфікація не відповідає потребам суспільства та економіці власної країни.

Найбільш негативним наслідком міграції для держави є втрата висококваліфікованої робочої сили, зокрема наукових кадрів.

Рівень міграції безпосередньо залежить від здійснення ефективної економічної політики, покликаної зменшити рівень бідності та безробіття в країні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Відякіна М.М., Стаканов Р.Д. Міграційна політика на регіональних ринках робочої сили / Відякіна М.М., Стаканов Р.Д // Монографія. – 2013 р. – с. 354.
2. Винниченко І. Економічна еміграція з України: причини і наслідки / Винниченко І. // Інс-т досліджень діаспори. – 2003. – с. 60.
3. Волох В. А. Трудовая миграция: политико-правовые и социально-экономические аспекты привлечения и использования иностранной рабочей силы / Волох В. А. // Монография. – 2010. – с. 251.
4. Шевчук А.Ю. Міграційні процеси в сучасному світі: причини, види та наслідки / Шевчук А. Ю. // Scientific researches and their practical application. Modern state and ways of development. – 2012. – с. 14.
5. Okolski M. European Immigrations. Trends, Structures and Policy Implications / Marek Okolski // IMISCOE Research. Amsterdam University Press. – 2012. – р. 290.

6. Robert E.B. Lucas International Labor Migration in a Globalizing Economy / Robert E.B. Lucas // Carnegie Papers. Trade, Equity and Development Program. – №92. – 2008. – с. 32.

**І.К. Шушакова**, аспірантка,  
Київський національний торговельно-економічний університет

### **СУЧАСНИЙ СТАН СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

Розвиток ринкових відносин у постіндустріальному суспільстві вимагає від національної економіки інтелектуалізацію практично усіх видів діяльності – від виробництва до соціальної сфери. Зростання ролі знань та навичок людини у забезпеченні розвитку країни призводить до формування інтелектуального потенціалу, рушійною силою якого є створення та впровадження інновацій, що забезпечує належну репутацію та підвищення конкурентоздатності національної економіки, як пріоритетного вектору її подальшого розвитку. Саме тому важливим перспективним напрямом модифікацій вітчизняної економіки та державного управління є створення належних умов для стимулювання та накопичення інтелектуального потенціалу з наявних ресурсів усередині країни.

Теоретико-методологічні та практичні аспекти сутності та тенденцій зростання інтелектуального потенціалу досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких Г. Боуен, О. Бутнік-Сіверський, Г. Боуен, С. Вовканич, Є. Докторук, Л. Диба, Л. Едвінсон, К. Ідріс, Ю. Канигін, О. Кендюхов, С. Максим'юк, Ю. Махомет, І. Мойсеєнко, В. Мурашко, В. Петренко, Г. Река. Враховуючи наукові надбання та сучасні економічні трансформації міжнародного рівня, необхідність подальших досліджень лише зростає.

Метою тез є дослідження сучасного стану стимулювання накопичення інтелектуального потенціалу як рушійного інструменту розвитку постіндустріальної стадії економіки.

Інтелектуальний потенціал є базисом для інноваційного розвитку підприємства, який формується за рахунок поєднання інтелектуальних (рівень освіти та кваліфікація кадрів підприємства, інтелектуальні здібності персоналу, ефективний менеджмент персоналу, наявність нематеріальних активів) та фінансових (власний, позичений та залучений грошовий капітал, який підприємство використовує для формування власних активів і здійснення виробничо-фінансової діяльності з метою отримання доходу, прибутку) ресурсів. Вкладання коштів у програми розвитку персоналу, нематеріальні активи, витрати на інтелектуальну власність сприятиме зростанню інтелектуального потенціалу, тим самим підвищуючи інвестиційну привабливість та ринкову капіталізацію підприємства, а підтримувати інноваційний розвиток країни загалом [1; 2].

Інтелектуальний потенціал – це здатність та спроможність раціонально використати наявні знання, навички, вміння, досвід кадрів для отримання максимально економічного ефекту на мікро- та макрорівні. Інтелектуальний потенціал разом із наявними інтелектуальними активами (ринкові активи, інфраструктурні активи, об’єкти інтелектуальної власності) формує склад та структуру інтелектуального капіталу [1]. Таким чином, стає зрозумілим, що формування «економіки знань» в країні має пряму залежність від накопиченого інтелектуального потенціалу на рівні суб’єктів господарювання.

До критеріїв оцінки стану інтелектуалізації економіки на нинішньому етапі переходу від індустріальної до постіндустріальної стадії економіки можна віднести стан наукової сфери, її фінансування та питому вагу реалізації інтелектуальних результатів до ВВП країни.

Не зважаючи на прогнози експертів, розвиток наукової сфери України залишається незадовільним. Так, за даними Державної служби статистики України [3] у 2014 р. налічується 999 організацій, які виконують наукові дослідження та розробки. У порівнянні з 2013 р. цей показник знизився на 13%. Однак, якщо аналізувати останні 5 років (2010-2014 рр.), відслідковується зменшення таких організацій у середньому на 5-6% щороку. Таку ж тенденцію має чисельність працівників наукових організацій – з 2010 року постійне скорочення працівників на 6-7%, що у 2014 р. сягає 69404 науковців (у 2010 р. їх чисельність налічувала 89654 особи).

Не зважаючи на прогнози експертів, фінансування наукових проектів в Україні знаходиться на досить низькому рівні, у порівнянні із країнами Європи.

Таблиця 1

**Джерела фінансування наукових та науково-технічних робіт в Україні за 2010-2014 роки [3]**

Рік	Загальна сума витрат	У тому числі за рахунок коштів:			
		власних	державного бюджету	іноземних інвесторів	інші джерела
млн. грн.					
2010	8045,5	4775,2	87,0	2411,4	771,9
2011	14333,9	7585,6	149,2	56,9	6542,2
2012	11480,6	7335,9	224,3	994,8	2925,6
2013	9562,6	6973,4	24,7	1253,2	1311,3
2014 <sup>7</sup>	7695,9	6540,3	344,1	138,7	672,8

Обсяг фінансування витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт, наведений у таблиці 1 дозволяє дійти до висновку, що загальний обсяг витрат має тенденцію до зменшення, у середньому, на 20%. При цьому, найбільшу частку витрат організації покривають власними коштами, менше 2% припадає на кошти державного бюджету, нестабільним залишається рівень іноземних інвестицій у наукову сферу України, на що впливає велика кількість як зовнішніх, так і внутрішніх факторів у країні, що змінюються із року в рік.

<sup>7</sup> Дані наведені без урахування південних та східних регіонів у зв’язку із невизначеною політичною ситуацією, що ускладнює надходження первинних даних для проведення подальших розрахунків.



На інші джерела фінансування наукових та науково-технічних робіт в Україні припадає близько 15% від загальної суми витрат.

Питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП дорівнювала: у 2010 р. – 0,90%, у 2011 р. – 0,79%, у 2012 р. – 0,80%, у 2013 р. – 0,81%, а у 2014 р. – 0,70% [3], у той час як за даними Євростату, у 2012 році середній рівень обсягу витрат на наукові дослідження та розробки країн ЄС-27 у ВВП становив 2,06 %. Більшою частка витрат на дослідження та розробки була у Фінляндії – 3,55%, Швеції – 3,41%, Данії – 2,99%, найменшою – у Румунії, Кіпрі, Болгарії, Латвії (0,42-0,66%) [4].

Аналіз статистичних показників вказує на довготривалу тенденцію до абсолютного скорочення інтелектуального потенціалу країни, що є одним із чинників погіршення вітчизняного іміджу на світовій арені. Проте, ще з часів СРСР Україна зарекомендувала себе як країна, що здатна накопичувати потужний інтелектуальний ресурс. Однак, як показує практика, існуючі соціально-економічні умови для реалізації інтелектуального потенціалу є непривабливими для дипломованих кадрів та спричинює «відтік мізків», що зумовлено низьким рівнем попиту як з боку держави, так і з боку підприємницького сектора, на інтелектуальну працю. Зважаючи на вищевикладене, наша держава починає втрачати базис, що забезпечує стале функціонування «економіки знань», - накопичений інтелектуальний потенціал. Саме тому наразі постає питання усвідомлення його ролі у розвитку конкурентоздатності нашої країни на арені постіндустріальних країн.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мірошник Р.О. Інтелектуальний потенціал підприємства та його перетворення в інтелектуальний капітал / Р.О. Мірошник // Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених, 17-18 квітня 2015 р. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2015. – С. 187-189
2. С.В. Філіппова, К.В. Ковтуненко Інтелектуальний потенціал як головний чинник формування інтелектуального капіталу / Філіппова С.В., К.В. Ковтуненко // Вісник НУ «Львівська політехніка». - №776. – 2013. – С.81-86
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Електронний ресурс. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind\\_rik/ind\\_u/2002.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html)
4. Кулиняк І.Я., Кошик О.В. Стан та перспективи фінансового забезпечення наукових досліджень в Україні / І.Я. Кулиняк, О.В. Кошик // Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених, 17-18 квітня 2015 р. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2015. – С. 257-259

**Секція 2.**

**ГЛОБАЛЬНА ВАЛЮТНО-ФІНАНСОВА  
НЕСТАБІЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКІВ,  
ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ**

**A. Krynski**, Doctor of Sociological Sciences, Professor,  
**V.V. Kulishov**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,  
**S.V. Gushko**, Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Polonia University in Chenstohova (Poland)

**MONETARY AND FINANCIAL GLOBALIZATION: ADVANTAGES  
AND DISADVANTAGES**

The institutional structure of international financial relations includes numerous international and regional monetary and financial institutions that are based on multilateral agreements.

A very important feature of these institutions is the creation of a solid free financial resources, without which neither economic growth of the country, nor financial globalization are possible as a result of the movement of financial flows. Although still more correct to speak of transnational monetary and financial space than about the clearly structured system, also the relief features of a global nature can find its expression here.

One could argue that the financial sector in terms of globalization proved to be most advanced. As a result, there was a tremendous deregulation of the financial sector, which made it possible to avoid the rules and restrictions that previously existed.

There is a completely new phenomenon not controlled by national institutions – a network of offshore banking, operating in the preferential mode. There are usually not normed reserve funds, reduced taxes on income which is not provided for insurance contributions and others. It is the lack of control that attracts foreign capital, especially from unstable areas and so-called "dirty money" [1, p. 304]

The uncertainty on the currency markets, especially in relation to the exchange rates, has caused the emergence of new of mechanisms – the hedging and risk management. The task is the elimination of open positions in foreign currency, that is the desire to achieve balance requirements and obligations. To hedge of the currency risk widely used financial instruments such as forward contracts and currency options. Unlike hedgers, speculators seeking to receive a profit from uninsured open currency positions. Actions of speculators depend on the fluctuations of exchange and interest rates.

Today market is filled with new financial instruments of trading – derivatives. There are more sophisticated forms of speculative instruments. They represent

securities and obligations derived from other financial instruments: exchange rates, stock prices, interest rate and so on.

Features of the derivatives market compared to conventional securities is a high degree of risk and uncertainty. Transactions with derivatives almost dropped out of the system of legal regulation [2, p. 121].

The emergence of derivatives accelerates the process of separation of the financial sector, which generated itself. This creates a growing instability in financial markets, as evidenced by the global financial crisis of recent years.

The constant increase of the speed of financial flows due to the development of electronic transactions, the presence in the developed world a significant fictitious capital in the form of securities which have no real security, enabling significant "hot flashes" and "tides" of speculative capital and give reasons to expect the continue of strengthening of threats to economic security of any state as a result of this factor.

Thus, a change in classical economics principle of "money-commodity-money" by virtual formula "money is money", which provides the appearance of the phenomenon of finansomika [3, p.261].

With the formation of a transnational community, in a crisis of statehood, many of some restrictions disappeared and the financial economy gets an opportunity to organize themselves, kartelized and becomes one of the main economic sectors. Now financial markets evolve from simple mechanism for moving financial instruments into a means of economic domination. This uses a situation that is called a process of permanent financial competition. In this perspective instructive fate of East Asian countries. Here implemented the model that lay in line with the ideas of "forced development" – the so-called "developmentalism." But here was broken harmony between potential and constructive use of the financial and banking sector, which relied entirely on state paternalism.

Conclusion. Globalization is a complex phenomenon that encompasses all components of social life, and one of its most important manifestations is the monetary and financial globalization. The globalization of the world economy has its advantages and disadvantages, so it requires the creation of a clear institutional system to prevent financial-speculative arbitrariness of international capital and requires adherence to the "rules of game" on the world financial markets, preventing the use of "stimulus models of reality" to implement speculative motives of opportunistically minded businesses.

#### **References:**

1. Kulishov V.V. Financial globalization: Essence and consequences.– Business- Inform.– 2013.-№3 (422).-P. 303-307
2. Kulishov V.V., Odyahaylo B.M. and other. Global economy. Tutorial. - Lviv: Magnolia 2006, 2011. - 208 p.
3. Odyahaylo B.M Genesis and globalization adaptability of the economic system, the institutional approach. Monograph. - Lviv: Magnolia plus, 2006. - 376 p.

**Л.О. Баластрик**, к.е.н., доцент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**О.Г. Чумаченко**, к.е.н., доцент,  
Університет економіки та права КРОК

## **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Термін «економічна безпека» виник в часи Великої депресії, пізніше почав використовуватися як наслідок військової незалежності держави. В 1970-і роки економічна безпека стає синонімом самостійності держави і незалежності її від домінуючих економік інших країн. В найбільш загальному вигляді під економічною безпекою більшість дослідників розуміють характеристику економічної системи, що визначає її незалежність, стабільність та стійкість, здатність до динамічного та послідовного розвитку. Найвагомішою складовою економічної безпеки є інвестиційна безпека, що забезпечується при дотриманні граничної норми інвестування. Організація інвестиційних процесів в умовах глобальної економіки повинна виступати основою забезпечення економічної безпеки країни в цілому. Слід окремо зазначити, що економічна безпека інвестиційної діяльності вимагає стійкої уваги в умовах дії внутрішніх і зовнішніх загроз.

В сучасному світі чимало уваги приділяється інвестиційній привабливості як країни, так і окремих регіонів та суб'єктів підприємницької діяльності. Загальними критеріями для всіх рівнів визначають: ефективні механізми захисту прав власності; стабільне законодавче поле, прогнозована економічна та політична ситуація; впровадження сучасних принципів корпоративного управління; прозорість бізнес-процесів; побудова цивілізованих відносин з портфельними інвесторами; уміння та бажання контролювати владу як на місцевому, так і на центральному рівнях; прозорість дозвільних процедур та ін.

Враховуючи складність, багатогранність, динамічність заявленої тематики, зупинимося на деяких ключових характеристиках.

1) Країні необхідно платити величезну ціну за технологічну відсталість в нову епоху глобалізації. Те, що Україна покладається на іноземні інвестиції, є одночасно доказом і обґрунтуванням її внутрішніх слабких сторін. За час незалежності Україна не спромоглася організувати ні одного підприємства світового рівня. Їй не вистачає підприємницьких навиків. Керівництво компаній так і не приступило до процесу технологічної модернізації з розміщенням іноземної валюти в оптовий імпорту виробничих ліній. Досвід показав, що недостатньо імпортувати виробничі лінії без проведення корінних змін в галузі використання нової техніки, а саме в сфері освоєння, управління та застосування технологій на підприємствах. Для просування вперед необхідно перейти від імпорту готових систем до імпорту основного обладнання як до частини більш широкої трансформації; від сприйняття підприємства як комплексу вузьких технічних навиків до цільного синергічного комплексу.

Країни, що переймаються економічною безпекою, поступово відмовляються від імпорту повних виробничих ліній на поступовий перехід на ліцензування та передачу технологій, договорів надання консультацій та послуг, комп'ютерне забезпечення, продукцію спільних підприємств та кооперативів.

2) Висока ступінь залежності від глобальної економіки є надто ризиковою, і розвиток на світових ринках повинен йти рука об руку з розвитком на національному ринку. Технологічні інновації неможливі без довгострокового державного фінансування НДДКР, які в майбутньому можуть бути комерціалізовані приватним бізнесом. Необхідно продовжувати розвивати ті навички, які забезпечують їх конкурентоздатність на світовому ринку. Зростаюча складність глобального ринку підказує не сприймати старі поняття як аксіому. Як доречно підкреслив головний економіст компанії Wachovia Securities Джон Сільвіа, «... через глобалізацію ринку праці взаємозв'язок між економічним зростанням та зайнятістю виглядає не так як в минулому... іншими словами, моделі зруйновані назавжди» [3].

3) Іноземним інвестиціям відведено провідну роль в передачі технологій. Для забезпечення пріоритетність інвестицій, спрямованих на розвиток технологій, апріорі, одним із учасників цього процесу обов'язково повинна бути приймаюча сторона. Ідея проста і отримала визнання у світі: спільні підприємства є ефективним засобом всебічної передачі знань (не плутати з вузькою передачею виробничих ліній, придбанням технологій чи ліцензуванням) і меншою мірою зачіпають національні почуття в порівнянні з підприємствами, які повністю належать іноземцям. Розглядаючи кооперативні підприємства як засіб передачі знань, можна скористатися досвідом Японії, яка наполягала на участі місцевого партнера в більшості проектів з іноземними інвестиціями в критичний період свого розвитку (1962-1974 рр.). Японія ослабляла свої вимоги лише в тих випадках, коли іноземний партнер володів особливо привабливою технологією і сильною позицією на переговорах (IBM, Texas Instruments).

Уряд, який відчуває свою відповідальність за економічну безпеку держави та майбутнє свої нащадків, повинен стимулювати передачу ноу-хау через інвестиції власним високотехнологічним підприємствам шляхом надання особливих переваг та стимулів іноземним інвесторам, а саме: розташування в привабливих районах, тривалі терміни податкових канікул тощо. Передача технологій іноземними інвесторами залежить не тільки від готовності іноземців передати, але і від здатності місцевих кадрів її сприйняти. Політика руйнування промислової інфраструктури з витісненням кваліфікованої робочої сили та ІТР-кадрів за кордон та на ринки надзвичайно підірвала внутрішній інвестиційний потенціал України. А подальше знищення системи профтехосвіти та реформи вищої школи призвели до нездатності частини випускників з дипломами адаптуватися до науково-технічних викликів.

4) Не можна залишитися в стороні від фінансових інвестицій, та їх зв'язок з економічною безпекою. В глобальній фінансовій цивілізації «старі» банки, пов'язані з промисловістю та торгівлею, швидко здають свої позиції. На

фінансових ринках найбільш динамічними та успішними є взаємні інвестиційні фонди (ВІФ), які дають можливість доступу інвесторам до вищих процентних ставок, приріст біржового капіталу. Специфіка роботи ПФ (пайових інвестиційних фондів в Україні) полягає не в прямому інвестуванні коштів у виробництво, а в здійсненні операцій на ринку цінних паперів без певних гарантій отримання доходів на вкладені кошти. По суті, структура цих фондів та специфіка їх діяльності відкривають набагато ширші можливості для фінансових афер, ніж були в арсеналі колишніх інвестиційних компаній. Після кризи 2008 року нерезиденти переглянули своє відношення до ринків, що розвиваються (emerging) та граничним ринкам (frontier). Більше ніхто не вважає, що активи граничних ринків апріорі недооцінені. Вітчизняні інвестиційні компанії більше не спроможні тільки за допомогою «красиво» написаної аналітики продати акції іноземному інвестору. В глобальному середовищі, де ключовою характеристикою є відкритість, інвестори можуть самостійно здобувати необхідну інформацію, а не споживати шаблонно – прикрашений продукт.

Не враховуючи облігацій, випущених Міністерством фінансів. виплата за якими гарантується державою, максимум, що може привернути увагу іноземного інвестора – це боргові папери емітентів, що мають позитивну історію випуску та погашення облігацій.

5) Ще один суттєвий фактор, який робить Україну як державу, всіх суб'єктів інвестиційної діяльності несамотійними та економічно залежними, це значні боргові зобов'язання. Ситуація навколо неплатоспроможності України складається із декількох складових. По-перше, в країні залишилися лише окремі підприємства, як здатні виходити на міжнародний кредитний ринок. Кредит – інструмент розвитку, а не виживання, оскільки високу частку зобов'язань мають компанії з низькою рентабельністю – це ще більше поглиблює критичну ситуацію. По-друге, проведена реструктуризація (жовтень 2015 року) фактично позбавила Україну майбутнього економічного зростання. Випущені державні деривативи: 20-річні папери відновлення вартості (Value recovery instruments, VRI) передбачають нульові виплати, якщо економіка буде зростати до 3% в рік; 15% від проценту приросту ВВП, що перевищує 3%; 40% від кожного проценту зростання у випадку зростання ВВП більше ніж на 4%. Ці умови почнуть діяти після того, як ВВП України досягне позначки в 125,4 млрд. дол. По-третє, МФВ ще певний час і в подальшому буде обслуговувати власний борг, надаючи Україні нові кредити для повернення собі ж попередніх українських боргів. Подібна політика зі сторони державних структур України негативно впливає не тільки на інвестиційний клімат в цілому, але й на економічну безпеку держави.

Основною умовою (завданням) збереження економічної безпеки інвестиційної діяльності є модернізація вітчизняної економіки, що супроводжується прийняттям системи сучасного регулювання ринку та бізнесу. Це, в свою чергу, може призвести до підвищення довіри внутрішніх та іноземних інвесторів і, відповідно, до зростання обсягів інвестицій. Ключовим

питанням повинно стати якість законодавства забезпечення інвестиційного процесу та врахування існуючих реалій, а не ілюзорних фантазій окремих політиків.

**Список використаних джерел:**

1. Первинне публічне розміщення акцій (ІРО): теорія та практика вітчизняних компаній: Монографія// В.І. Грушко, О.Г. Чумаченко – К.: ТОВ «Дорадо-Друк», 2009. – 252 с.
2. Сучасні перспективи розвитку систем економічної безпеки держави та суб'єктів господарювання: Монографія / за ред. проф. Мігус І.П. – Черкаси: ТОВ «МАКЛАУТ» - Черкаси, 2012. – 636 с.
3. Michael Forsythe, «Wall-Mart` China Goods Fuel U.S. Suppliers `Anger» International Herald Tribune, 8 July 2013.

**І.М. Крупка**, к.е.н., доцент,  
**Ю.І. Богач**, студент,  
ЛНУ імені Івана Франка

**ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ІНОЗЕМНОГО  
ПОРТФЕЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ У КНР**

Упродовж трьох останніх десятиліть валовий внутрішній продукт Китаю збільшувався на 6-10% щорічно, демонструючи найтриваліший період економічного зростання в історії. Сьогодні КНР займає друге місце серед найбільших економік світу, при цьому за паритетом купівельної спроможності обсяг виробництва в Китаї вже перевищив аналогічний показник у США на 0,2 трлн дол. [2]. Розвиток реального сектору стимулює формування фінансових ринків, приваблюючи на них іноземних інвесторів. Водночас варто зазначити, що попри їхні значні розміри КНР, упродовж тривалого періоду часу вони були здебільшого закриті для глобальних портфельних інвесторів. Зарубіжні портфельні інвестиції становили лише 3% ВВП Китаю, в той час як у США – 49% ВВП. Якщо ж порівнювати іноземні портфельні інвестиції, то контраст ще очевидніший: 4% ВВП Китаю в порівнянні з 86% ВВП США [3].

Сьогодні Китай прагне стати більш відкритим для світової спільноти, проводячи поетапну лібералізацію ринку капіталу. На даному етапі в країні існують два механізми управління зарубіжними портфельними інвестиціями: Кваліфікований (професійний) іноземний інституційний інвестор (QFII) і Кваліфікований іноземний інституційний інвестор в юанях (RQFII).

Механізм «Кваліфікований іноземний інституційний інвестор» дає змогу міжнародним інвесторам, що отримали відповідну ліцензію, брати участь у торгівлі на фондових біржах материкового Китаю. Іноземні учасники QFII можуть купувати фінансові інструменти, деноміновані у юанях, зокрема здійснювати операції із А-акціями, що призначені для продажу внутрішнім інвесторам, облігаціями, казначейськими зобов'язаннями, варантами тощо.

Уряд КНР запровадив цей механізм 2003 р., перейнявши досвід Тайваню та Республіки Кореї [4]. Основна мета QFII полягає у диверсифікації бази інвесторів та підвищенні професіоналізму учасників внутрішнього фондового ринку, зберігаючи при цьому жорсткий контроль за надходженням капіталу в країну. У порівнянні із місцевими компаніями іноземні інвестори використовують довгострокову стратегію купівлі цінних паперів для тривалого володіння, на що власне і сподівався уряд Китаю. Для досягнення ефективних результатів від впровадження програми було запроваджено бюрократичну процедуру отримання ліцензій, у наслідок якої лише найбільш цілеспрямовані глобальні інвестори отримують доступ до фондового ринку країни. Іноземний доступ до цінних паперів обмежується квотами – сумою грошей, на яку дозволено інвестувати в ринки капіталу Китаю. Варто зазначити, що кандидати повинні відповідати жорстким критеріям, які встановлені відповідними регуляторним органом залежно від типу інвестиційного інвестора (табл. 1). Крім того, іноземні інвестори повинні надати Комісії фінансову звітність щонайменше за 3 попередні роки, щоб підтвердити свій фінансовий та кредитний статус.

Таблиця 1

**Вимоги до учасників механізму QFII**

Тип інвестиційного інвестора	Мінімальний досвід роботи на фінансовому ринку	Мінімальний обсяг активів в управлінні інвестора
Компанія з управління активами	2 роки	500 млн дол. у попередньому фінансовому році
Компанія, що здійснює операції з цінними паперами (security firm)	5 років	5 млрд дол. у попередньому фінансовому році
		500 млн дол. чистих активів
Страхова компанія	2 роки	500 мільйонів доларів у попередньому фінансовому році
Інші інституційні інвестори (пенсійні фонди, благодійні фонди, трастові компанії, урядові інвестиційні компанії тощо)	2 роки	500 мільйонів доларів у попередньому фінансовому році
Комерційні банки	10 років	5 млрд дол. у попередньому фінансовому році
		TIER-1 – оплачуваний капітал щонайменше 300 млн дол. США

*Джерело:* [4]

Водночас, незважаючи на зазначені вимоги, більшість аналітиків вважає, що процес надання ліцензій інвесторам здебільшого залежить від динаміки фондового ринку Китаю.

Механізм RQFII є дещо модифікованою версією QFII, яка регулює портфельні іноземні інвестиції в материкову частину Китаю, що на відміну від умов QFII здійснюються через закордонні рахунки у юанях, а не іноземній валюті.



Варто зазначити, що впродовж останніх років уряд КНР значно розширив доступ іноземних інвесторів до внутрішнього ринку капіталів. Найбільше ліцензій на здійснення операцій з цінними паперами було надано впродовж 2010-2013 рр., що свідчить про намагання залучити великі обсяги іноземних інвестицій у країну. Так, на кінець 2012 р. китайський регуляторний орган надав 207 QFII-ліцензій на суму 37 млрд дол. США. Інформаційні повідомлення Комісії з регулювання цінних паперів та Державного управління валютним контролем Китаю (орган, що відповідає за розподіл квот між учасниками програми) сигналізували про бажання уряду залучити більше іноземних інвестицій, при цьому спростивши та пришвидшивши процес отримання ліцензій [6]. Крім того було скасовано деякі вимоги до кандидатів, зокрема: компаніям у межах однієї корпоративної групи було дозволено отримувати індивідуальні ліцензії; збільшено сумарну частку акціонерного капіталу китайської компанії, яку можуть займати учасники QFII; полегшено процес репатріації інвестованих коштів та процентів, дозволено відкриття офіційних субрахунків від імені основних клієнтів компаній-учасниць програми тощо. При цьому необхідно зауважити, що перевага надавалась довгостроковим інвесторам: взаємним (пайовим інвестиційним) фондам, страховим компаніям, пенсійним фондам, державним інвестиційним компаніям.

Кількість учасників QFII станом на 29.06.2015 р. становила 289 фінансових установ з різних країн світу, а розмір встановленої для них сумарної квоти – 75,542 млрд дол. США. Найбільші частки цієї суми припадають на інвесторів з Гонконгу – 21% (16,168 млрд дол.), США – 11% (8,345 млрд), Тайваню – 10% (7,334 млрд), Великої Британії – 9% (7,101 млрд) та Сінгапуру – 9% (7,047 млрд дол. США) [8]. Водночас найбільшими інвесторами станом на 29.06.2015 р. були здебільшого державні інституції: Валютне управління Гонконгу (за здійснюваними функціями відповідає центральному банку), Центральний банк Норвегії, Управління інвестиціями Кувейту, Валютне управління Макао, Центральний банк Малайзії, Управління інвестиціями Абу-Дабі, Правління інвестиційного фонду Сінгапуру, Temasek Holdings та Qatar Holding LLC (державні фонди). Найбільшими приватними інвесторами є Fidelity Investments Management (Hong Kong) Limited, Fubon Securities Investment Trust Co. Ltd., Hillhouse Capital Management Limited, Barclays Bank PLC, Macquarie Bank, Merrill Lynch International, UBS AG та ін.

Учасниками програми RQFII станом на 29.05. 2015 р. було 129 глобальних інвесторів; разом вони отримали квот на суму 356,7 млрд юанів. Варто також зазначити, що більше  $\frac{3}{4}$  сумарної квоти отримали компанії-резиденти Гонконгу, в той час як на сінгапурські компанії припадало лише – 8%, а на британські та корейські по 5% [7].

Тим не менш, необхідно відзначити, що QFII та RQFII це лише один з декількох способів, за допомогою яких іноземні інвестори можуть отримати доступ до фінансового ринку Китаю. Альтернативами є купівля Н-акцій (акцій китайських компаній, що перебувають у лістингу на Гонконгській фондовій біржі), В-акцій (незначний ринок, орієнтований на іноземних інвесторів). Ще

одним варіантом для іноземного інвестора є купівля акцій Біржового інвестиційного фонду (ETF), до структури активів якого входять А-акції.

Значний розмір фінансового ринку Китаю передбачає й те, що будь-які ослаблення щодо обмежень на переміщення капіталу матимуть вплив на всі інші ринки, саме тому регулятори обережно і системно підходять до відкриття країни зовнішньому світу. Ще одною спробою уряду КНР знизити контроль над міжнародним переміщенням капіталу стало запровадження механізму перехресних торгів на фондових біржах Шанхаю і Гонконгу (Shanghai-Hong Kong Stock Connect). Під час запуску цього механізму у квітні 2014 р. прем'єр Державної ради КНР Лі Кецянь зазначив, що ця програма є важливою віхою в інтеграції Китаю у глобальне фінансове середовище [5]. Відповідно до цієї програми інвестори із одного ринку, використовуючи місцевих брокерів та клірингові палати, мають можливість здійснювати операції з акціями на іншому ринку. На початковій стадії імплементації за цим принципом здійснюється лише торгівля А-акціями, що перебувають у лістингу Шанхайської біржі. Гонконгські та закордонні інвестори можуть здійснювати трансакції з акціями, що внесені до фондових індексів SSE 180 Index та SSE 380 Index й іншими акціями, що не входять до даних індексів, але відповідають Н-акціям, за винятком тих, що не деноміновані в юані та віднесені до ризикових Радою з попередження ризиків (Risk Alert Board) [9]. Водночас інвестори з материкової частини Китаю матимуть можливість здійснювати торгівлю акціями, що входять до фондових індексів Hang Seng Composite LargeCap Index and Hang Seng Composite MidCap Index, та іншими акціями, які не враховують у даних індексах, але відповідають А-акціям, крім тих, що не деноміновані у гонконгських доларах.

Крім того, Народний банк Китаю планує дозволити розміщення номінованих в юанях облігацій в материковому Китаї більш широкому колу іноземних фінансових інститутів, зокрема: іноземним емітентам більше не буде потрібно розміщувати бонди через зареєстровані в КНР компанії; закордонним позичальникам більше не треба буде отримувати кредитні рейтинги в материковій частині країни. ЦБ Китаю також спростив правила доступу центральним банкам, суверенним фондам і міжнародним фінансовим організаціям до ринку міжбанківської торгівлі облігаціями. Тепер для торгівлі бондами і свопами на процентні ставки, а також укладання угод РЕПО не вимагають отримання попереднього дозволу, а необхідно тільки заповнити реєстраційну форму [1]. Подібні кроки для відкриття своїх ринків Китай вживає з метою розширення використання юаня по всьому світу і його перетворення у вільно конвертовану валюту. Інтернаціоналізація китайської національної валюти може допомогти її включенню в кошик SDR Міжнародного валютного фонду і зробити юань міжнародною резервною валютою.

#### **Список використаних джерел:**

1. Китай має намір розширити доступ іноземців до ринку облігацій <http://bit.ly/20Iit3q>

2. Китай: ми не найбільша економіка <http://news.finance.ua/ua/news/-/342942/kytaj-my-ne-najbilsha-ekonomika>
3. Китай открываєт миру больше возможностей для инвестирования <http://www.about.hsbc.ru/~media/russia/ru/news-and-media/cian-burke-031214-updated-rus>
4. A Guide to the Qualified Foreign Institutional Investors Scheme for Navigating Investment into China [https://www.bbh.com/wps/wcm/connect/0545b8804ea33036983edb2be2b7957f/ISM\\_QFII\\_GlobalView\\_Reprint\\_Single+Page.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=0545b8804ea33036983edb2be2b7957f](https://www.bbh.com/wps/wcm/connect/0545b8804ea33036983edb2be2b7957f/ISM_QFII_GlobalView_Reprint_Single+Page.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=0545b8804ea33036983edb2be2b7957f)
5. A major change is underway in the structure of the Chinese stock market - and by extension the global stock market. <http://www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/stock-connect/>
6. China Expands QFII Schemes to Allow Greater Foreign Investment <http://www.china-briefing.com/news/2012/04/05/qfii-scheme-expanded-to-allow-more-foreign-investment.html#sthash.ers6eFNU.dpuf>
7. List Of 129 China RQFII S As Of May 2015 <http://www.bloomberg.com/offshorechina/rqfii/>
8. QFII Quota June 2015 <http://china-xbr.com/2015/07/01/new-qfii-quota-june-2015/>
9. Shanghai-Hong Kong Stock Connect Information Book for Investors [http://www.hkex.com.hk/eng/market/sec\\_tradinfra/chinaconnect/Documents/Investor\\_Book\\_En.pdf](http://www.hkex.com.hk/eng/market/sec_tradinfra/chinaconnect/Documents/Investor_Book_En.pdf)

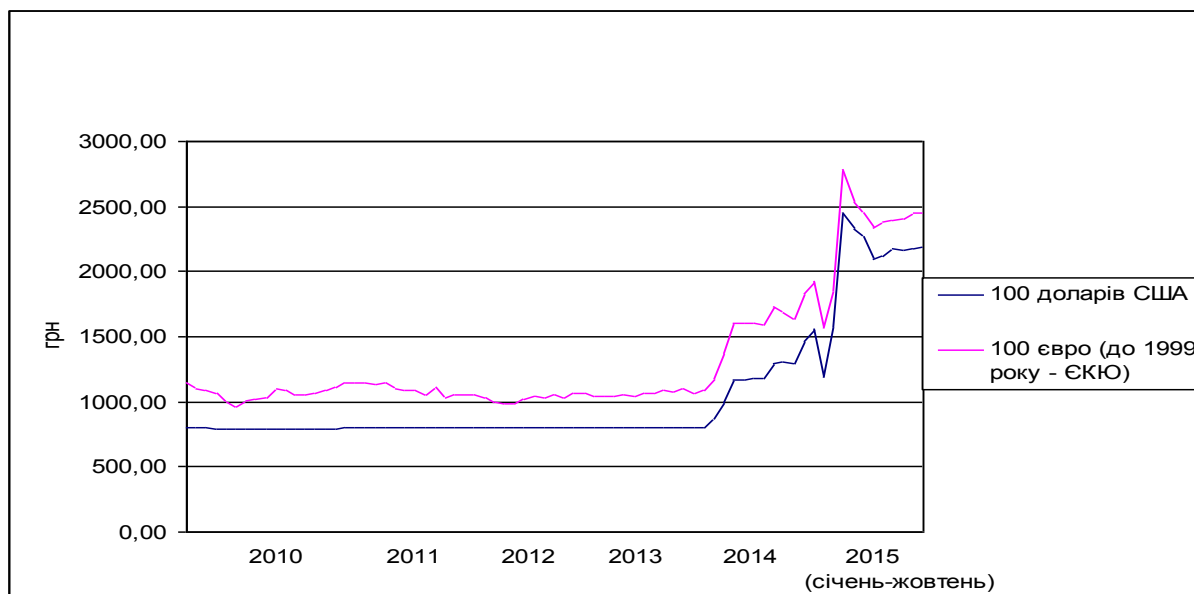
**Н.П. Москалюк**, к.е.н.,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

## **МАКРОЕКОНОМІЧНІ РИЗИКИ КОЛИВАНЬ ВАЛЮТНОГО КУРСУ В УКРАЇНІ**

Тенденції розвитку економіки України в 2015 році характеризувалися продовженням падіння обсягів виробництва та ВВП країни, згортанням інвестиційних надходжень, підвищенням інфляції, уповільненням зростання заробітних плат та відповідно падінням доходів домогосподарств. Це призвело до зниження сукупного попиту країни і, як наслідок, розбалансованості взаємодії товарних та грошових ринків. Ці обставини створили додатковий тиск на формування курсу національної валюти. Тому важливим є оцінити вплив макроекономічних ризиків на подальші коливання валютного курсу в Україні.

Аналіз коливань на валютному ринку в Україні в 2010-2015 роках відображає два основні періоди через які пройшла економіка країни. Перший, це відносна стабільність протягом 2010-2013 років, викликана штучним утримуванням ціни національної валюти в розмірі 1 дол за 8 грн, що

суперечило механізму дії ринкових законів на валютному ринку. Внаслідок цього в 2014 році після дестабілізаційних подій в Україні почався другий період, коли гривня стрімко, майже в три рази, девальвувала і досягла за офіційним курсом НБУ розмірів 21,8413 грн/дол. (див. рис.1) на міжбанківському валютному ринку та 22,6 грн за дол. на готівковому ринку.



**Рис.1. Офіційний курс гривні до іноземних валют в 2010-2015 роках**

Моніторинг валютного курсу в жовтні 2015 року в Україні демонструє укріплення позицій національної валюти. Викликане це закриттям фінансових квартальних звітів підприємств-експортерів, які на міжбанківському ринку у великих обсягах конвертували іноземну валюту для того, щоб сплатити податки державі. Зростання пропозиції іноземної валюти викликане також надходженням коштів від реалізації сільськогосподарської продукції. Проте, не варто говорити про закріплення позицій стабільності валютного курсу. Існує ряд макроекономічних ризиків та загроз, які можуть призвести до повторної відчутної девальвації національної валюти. До них відносяться наступні:

- Нестабільні інфляційні очікування споживачів, які постійно призводитимуть до зростання попиту на іноземну валюту, яка виступатиме гарантією від подальшого знецінення національної валюти. Це суттєво спричинятиме девальваційний тиск на гривню.

- Затримка або неотримання 3 траншу фінансової допомоги від МВФ; Україна і МВФ реалізують чотирирічну програму кредитування економіки загальним обсягом фінансування понад 17 мільярдів доларів. У березні та на початку серпня 2015 року фонд надав перші два транші, розміром відповідно 5 та 1,7 мільярдів доларів. Загальний обсяг коштів, які Україна може отримати від фонду за підсумками року, становить 10 мільярдів доларів. Україна вперше виконує умови згідно з узгодженою програмою співпраці з МВФ, а тому сподівається на отримання чергового траншу кредиту, кошти якого планується повністю спрямувати на поповнення золотовалютних резервів країни.

- Застосування регулюючих заходів НБУ щодо утримання валютного курсу. Регулятору валютного ринку НБУ слід продовжувати переходити до плаваючого валютного курсу.

- Сезонний фактор зростання попиту на купівлю іноземної валюти НАК «Нафтогазом» для оплати реверсних поставок газу з Європи. Закупівля імпортованого газу для проходження опалювального періоду оцінюється в розмірі 1,5 млрд дол. за умови теплої зими. Якщо середня температура буде нижчою ніж у попередньому 2014 році, «Нафтогазу» доведеться додатково закупити валюти ще на 0,5 млрд. дол..

- Активна емісія національної валюти, проведена НБУ напередодні місцевих виборів.

- Продовження воєнних дій на Донбасі, згорання торговельних зв'язків з Росією та падіння експортної виручки.

- Невизначеність у реструктуризації боргових зобов'язань перед Росією в розмірі 3 млрд. дол., термін дії яких припадає на грудень 2015 року.

- Підвищена волатильність валютного ринку до 26,5 грн/дол..

- Зовнішні ризики ослаблення світової економіки, спричинені уповільненням темпів економічного зростання в країнах торгових партнерів України.

- Неприятлива цінова кон'юнктура на світових сировинних ринках, зокрема, металургії, яка складає значну питому вагу в структурі українського експорту.

Врахування цих ризиків дозволить уряду країни та Національному банку України протидіяти та мінімізувати ці додаткові дестабілізуючі чинники впливу на валютний ринок України.

**В.Ю. Шевченко**, к.е.н., доцент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## **ФАКТОРИ БАНКІВСЬКОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ТА ФІНАНСОВІ РИЗИКИ ПІДПРИЄМСТВ**

Зовнішньополітична та економічна кризи в Україні вплинули на фінансову, валютну та банківську нестабільність. Перехід до стабільного розвитку у всіх сферах є невизначеним в силу змінюваних зовнішніх та внутрішніх умов. Ситуація на міжнародних фінансових ринках є також нестійкою, тому національна економіка та банківська система втратили доступ до зовнішніх джерел фінансування. В результаті стрімкої девальвації економіка отримала конкурентні переваги, але депресивний стан багатьох сегментів світових ринків не дозволив їх ефективно використати. Загальний стан можна охарактеризувати як перехідний від криз до економічної, фінансової та банківської нестабільності. Відновлення економічного зростання країни залежить від

міжнародної макрофінансової допомоги, ре-капіталізації банків та залучення інвестицій.

Фінансова та банківська нестабільності в Україні в сучасних умовах визначається взаємовпливом внутрішніх та зовнішніх шоків, депресивним станом зовнішніх товарних та фінансових ринків та нестійкою тенденцією відновлення економічного зростання.

Внутрішні економічні шоки впливають на макро- та мікроекономічні процеси, діяльність корпорацій та поведінку домогосподарств. Основними внутрішніми шоками можна визначити наступні:

- макроекономічні шоки: скорочення промислового виробництва та ВВП внаслідок захоплення Криму та втрати контролю над частиною території Донбасу, інфляція, зростання безробіття, бюджетний дефіцит;

- мікроекономічні шоки: втрата прибутків і банкрутство підприємств, зростання цін виробників, падіння попиту, зниження реальних доходів і споживання населення в результаті інфляції та девальвації гривні;

- фінансові шоки: екстремальні витрати бюджету на ведення військових дій, фіскальний дисбаланс, втрата прибутків підприємств.

На банківську нестабільність поряд з внутрішніми чинниками вплинули зовнішні шоки:

- зовнішньоторгівельні шоки: скорочення експорту та імпорту у 2014-2015 роках;

- валютні шоки: значна девальвація гривні;

- зовнішні фінансові шоки: зростання зовнішнього боргу та обмеження можливостей його обслуговування, скорочення зовнішніх запозичень;

- зовнішні інвестиційні шоки: скорочення притоку прямих іноземних інвестицій, відтік іноземного капіталу, погіршення інвестиційного клімату в країні.

Зовнішні та внутрішні шоки обумовили кризу банківської системи України у 2014-15 роках, банки зараз переходять у фазу стабілізації. Основними рисами системної банківської кризи в Україні були:

- зупинка роботи та втрата активів частини банківських відділень в результаті зовнішньої агресії;

- зменшення ліквідності банків в результаті зростання проблемних та прострочених кредитів, частка яких в кінці 2014 року досягнув 28% [1];

- падіння довіри до банків та відтік депозитів, на що вплинули економічна криза, інфляції та девальвації. Так, протягом 2014 року депозити в національній валюті скоротилися на 23%, в іноземній валюті – на 40,3 % [1];

- скорочення активних операцій банків, зростання реальних процентних ставок по кредитах, зниження кредитування підприємств;

- відтік іноземного банківського капіталу.

Стабілізація банківської системи України залежить в першу чергу від макроекономічних чинників, посилення конкурентоспроможності та ефективності роботи підприємств, відновлення економічного зростання,

нарощування експорту, бюджетного збалансування та підтримання курсу гривні.

Основні шляхи стабілізації ситуації в банківській системі, на наш погляд, такі:

- проведення капіталізації банків за рахунок додаткового рефінансування держави та акціонерів;
- поетапне скасування обмежень на зняття гривневих та валютних депозитів, збільшення довіри до банків;
- збільшення максимального розміру депозиту, що підлягає поверненню за рахунок Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, з 200 тис до 300-400 тис гривень;
- удосконалення оподаткування доходів від депозити;
- запровадження заходів щодо стимулювання заощаджень населення та їх інвестування у банки;
- розробка та запровадження гармонізованих з міжнародними стандартами методів управління валютними ризиками;
- стимулювання кредитування підприємств та населення.

Потреба у капіталізації банків здійснюється повільно та обмежено в силу складності рефінансування НБУ, обмеженого доступу до міжнародних фінансових ринків, відсутності пільг інвестування для акціонерів банків.

Економічна та банківська нестабільність звужують горизонт планування корпоративної діяльності, що збільшує фінансові ризики діяльності підприємств.

Основними ризиками впливу банківської нестабільності на фінанси підприємств в сучасних умовах, на наш погляд, можна розглядати:

- Платіжні ризики розрахункового банківського обслуговування.
- Кредитні ризики – отримання та умови кредиту.
- Ризики неплатоспроможності – нездатність підприємств обслуговувати кредити.
- Валютні ризики – зміни вартості валютної виручки та витрат в результаті девальвації, зростання витрат на обслуговування валютних кредитів.
- Фінансові ризики – зміни вартості зовнішніх корпоративних запозичень, ціни акцій та облігацій.
- Інвестиційні ризики – зміни фінансових результатів інвестиційних проектів з іноземними інвесторами.

Підтримання та посилення конкурентоспроможності українських підприємств потребує цільового банківського кредитування, проведення політики компенсації високих процентних ставок (пільгового рефінансування) в пріоритетних сферах (експорт, імпортозаміщення, енергозбереження, аграрний сектор), хеджування валютних ризиків.

Значна девальвація гривні не впливає автоматично на конкурентоспроможність підприємств. В умовах економічної та банківської

нестабільності необхідний комплексний підхід до посилення конкурентних позицій підприємств включаючи:

1) Здійснення політики імпортозаміщення, зниження частки імпортованих товарів, сировини та матеріалів, особливо енергоресурсів, підвищення частки харчових та споживчих товарів власного виробництва;

2) Раціоналізація моделі споживання, зростання виробництва та доступності недорогих товарів українського виробництва;

3) Стимулювання та фінансування модернізації виробництва для збільшення експорту товарів високого ступеню переробки з вітчизняної сировини;

4) Стимулювання енергозбереження для скорочення витрат та застосування альтернативних джерел;

5) Раціоналізація інвестування з концентрацією на середніх підприємствах з високою доданою вартістю;

6) Розвиток сектору послуг – фінансових, інформаційних, медіа, туризм, відпочинок та інші.

Стабілізація економіки та банківської системи, відновлення ефективного розвитку підприємств потребує досягнення макроекономічної та фіскальної збалансованості, відновлення інвестиційного клімату, проведення структурних реформ, поліпшення умов ведення бізнесу, фінансового забезпечення конкурентоспроможності підприємств та зростання продуктивності праці.

**Список використаних джерел:**

1. Основні показники діяльності банків України. - Національний банк України, лютий 2015 р. [Електронний ресурс] // Національний банк України: [сайт]. - Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=66374> – Назва з екрана.

**O.V. Bulkot**, PhD (Economics), Assistant Lecturer,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

**DEVELOPMENT TRENDS OF GLOBAL BANKING IN POST CRISIS  
GLOBAL ECONOMY**

Global banks have come a long way since the global financial crisis. Adjustment has proceeded at different stages, with the first stage focusing on emergency stabilization measures. In the second phase, banks have strived to adapt to new business and regulatory realities. Since the start of the crisis, banks hold significantly more capital and have accelerated balance sheet repair. But progress has been uneven across banks and many institutions need to do more to achieve a sustainable business model.

Today, low profitability raises concerns about some banks' ability to build and maintain capital buffers and meet credit demand. Low profitability is partly the price of moving to lower-risk, lower-return activities. It also reflects cyclical factors – a



sluggish economy, the burden of nonperforming loans, litigation costs from past misdeeds and low interest margins from near-zero policy rates – structural market changes resulting from regulatory reforms, and acute competition in the context of excess capacity. At the same time, investors demand high returns from banks, with the cost of equity having risen since before the crisis. Until now, banks have focused primarily on raising capital and derisking their balance sheets to meet risk-based requirements. Their focus, however, has now broadened to include other elements of the Basel III regime. New liquidity requirements, such as the liquidity coverage ratio and the net stable funding ratio will induce banks to hold more liquid (low-risk) assets and to rely more on stable funding sources [1].

We can highlight two main developments stand out among the changes in international banking since the global financial crisis. First, direct cross-border lending as a share of total banking assets has declined, mostly because of the retrenchment of European banks. Second, the share of local lending by foreign bank affiliates has remained steady. Global banks in particular have refocused their activities on some key markets, leaving space for other banks to expand. As a result, intraregional financial linkages have deepened, especially in Asia. Better-capitalized banks were more likely to maintain cross-border lending. Macroeconomic factors have also played a role. The relative shift on the part of foreign banks away from cross-border lending and toward more local lending through affiliates has a positive effect on the financial stability of host countries [2].

It should be emphasized that the shift from cross-border banking to multinational banking with more local and likely locally funded operations is more pronounced in some banking systems than in others. McCauley, McGuire, and von Peter (2012) show that global French and Spanish banks in particular have increased the share of their local operations whereas internationally operating Japanese banks continue to conduct mostly cross-border operations. Differences in business models can be related to differences in funding models. Multinational banks tend to rely less on wholesale funding and were thus less affected by disruptions in the wholesale funding market during the crisis [3].

According to the BIS locational banking statistics, the cross-border claims of BIS reporting banks increased by \$755 billion between end-December 2014 and end-March 2015, lifting the annual growth rate to 6%. The global expansion during the first quarter of 2015 masked diverging trends in advanced and emerging market economies: lending to advanced economies grew by \$743 billion, pushing the annual growth rate up to 6%, whereas lending to emerging economies contracted by \$50 billion, slowing the annual growth rate to less than 1% [4].

The expansion of aggregate cross-border lending between end-December and end-March 2015 was driven primarily by a \$528 billion surge in euro-denominated claims. This increase boosted the annual growth rate of euro-denominated claims to 9%. More than two thirds (70%) of the quarterly upturn in euro-denominated claims was due to a rise in loans, while the increase in debt securities accounted for only 18%. During Q1 2015, claims denominated in US dollars were up by \$58 billion. A \$156 billion increase in US dollar-denominated debt securities more than offset a \$95

billion decline in loans. Claims denominated in sterling (\$60 billion) and in Swiss francs (\$32 billion) also expanded, lifting their annual growth rates to a respective 5% and 9%. A slight contraction in Japanese yen denominated cross-border lending (by \$10 billion) brought the annual growth rate to 14%. International banking activity picked up across all major instruments during the first quarter of 2015. Increases in debt securities and loans contributed almost equally to the overall expansion in crossborder claims. Between end-December 2014 and end-March 2015, the outstanding amount of loans grew by \$326 billion, while holdings of debt securities rose by \$318 billion [4].

Cross-border lending compounds adverse domestic and global shocks. In contrast, foreign-owned subsidiaries, particularly those with better-capitalized parent banks, tend to behave less procyclically than domestic banks around domestic crises. In principle, international banking has benefits. For example, global banks contribute to the allocation of global savings across countries, with positive effects on investment and growth. The reduction in cross-border lending may diminish some of those benefits.

The other important issue worth to be discussed here is problem of shadow banking. First of all, it should be mentioned that the shadow banking system can broadly be described as credit intermediation involving entities and activities outside of the regular banking system [5]. We should admit that shadow banking can play a beneficial role as a complement to traditional banking by expanding access to credit or by supporting market liquidity, maturity transformation, and risk sharing. Intermediating credit through non-bank channels can have important advantages and contributes to the financing of the real economy, but such channels can also become a source of systemic risk.

The growth in The Monitoring Universe of Non-Bank Financial Intermediation (MUNFI) assets globally in 2013 occurred against a backdrop of roughly stable banking system assets for the second year in a row. As a result, the share of MUNFI in total financial system assets has increased slightly to 25% after hovering at around 24% for the previous five years reaching \$75.2 trillion. By contrast, the share of bank assets has declined for the second year in a row and currently stands at 46% of total financial system assets.

MUNFI assets also grew relative to the size of the economy approaching their pre-crisis peak as a percent of GDP. The MUNFI assets as a share of GDP rose by 6 percentage points to 120% of GDP in 2013, approaching the peak of 124% of GDP in 2007. The share of MUNFI assets in GDP rose for the second year in a row recovering from the post-crisis low of 112% of GDP in 2011.

The euro area and the United States (U.S.) have the largest Other Financial Intermediaries (OFI) sectors, each with just above \$25 trillion in 2013, representing a third of global MUNFI assets. The United Kingdom has the third largest OFI sector amounting to \$9.3 trillion in 2013, a 12% share of the total. Combined together, the euro area, U.S. and the United Kingdom represent 80% of total global MUNFI assets in 2013. This compares with their more modest share (53%) in terms of global bank assets [5].

Also it is worth to be said that in global practice of estimation of shadow banking it is used the notion of the narrower measure of shadow banking. The determination of which entities are retained in the narrower measure is based on the entities meeting all of the following criteria: (1) The entity must be part of a credit intermediation chain; (2) It must not be consolidated into a banking group for the purposes of prudential regulation; (3) It must exhibit risks associated with shadow banking including but not limited to maturity and liquidity transformation, and/or leverage.

Using these criteria for the 23 jurisdictions that provided sufficiently granular data, the preliminary narrow measure excludes assets related to self-securitisation, assets of OFIs prudentially consolidated into a banking group, and entities not directly involved in credit intermediation, including Equity Investment Funds, equity REITs, and OFIs which are part of a non-financial group and are created for the sole purpose of performing intra-group activities.

So, the total financial assets of Equity Investment Funds across the 20 jurisdictions which provided relevant data amounted to \$12.4 trillion. Total assets of equity REITs in the 16 jurisdictions that provided a differentiation between equity and mortgage REITs were \$1.5 trillion in 2013. Among these jurisdictions, Japan, the United Kingdom, Germany and Australia had the largest equity Real Estate Trusts and/or Funds in 2013.

Based on the narrow measure, the U.S. had by far the largest shadow banking sector in USD terms, followed by the United Kingdom and China. On the other hand, Argentina, Singapore and Indonesia had the smallest shadow banking systems among the 23 jurisdictions which provided granular enough data to allow the narrowing down [5].

So, banking systems recover, and with risk appetites remaining strong, bank lending has strengthened as a channel for global liquidity, alongside persistently high volumes of global bond market issuance. The historical pattern where low levels of volatility coincide with a rapid growth of cross-border banking flows may be starting to reassert itself. Cross-border bank credit continues to grow especially rapidly in Asia, although claims on Chinese banks fell slightly in the third quarter of 2014 relative to the second. Within the euro area, a small increase in cross-border bank credit signals the progressive reintegration of the European banking system in the wake of the 2011–12 sovereign debt crisis.

#### **References:**

1. Global Financial Stability Report: Risk Taking, Liquidity, and Shadow Banking. Curbing Excess while Promoting Growth (October, 2014). IMF. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/gfsr/2014/02/pdf/text.pdf>
2. Global Financial Stability Report: Navigating Monetary Policy Challenges And Managing Risks (April, 2015). IMF. <http://www.yardeni.com/pub/IMFGlobalFinStab.pdf>
3. McCauley, Robert, Patrick McGuire, and Gotz von Peter. (2012). After the Global Financial Crisis: From International to Multinational Banking? *Journal of Economics and Business* 64(1): p. 7–23.

4. Statistical Release. BIS International Banking Statistics at end-March 2015 (July, 2015). Monetary and Economic Department, BIS. <http://www.bis.org/statistics/rppb1507.pdf>
5. Global Shadow Banking Monitoring Report 2014 (October, 2014). Financial Stability Board, BIS. [http://www.financialstabilityboard.org/wp-content/uploads/r\\_141030.pdf](http://www.financialstabilityboard.org/wp-content/uploads/r_141030.pdf)

**І.Е. Новікова,**  
науковий співробітник НДС «Центр економічних досліджень»,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ НА РОЗВИТОК ГОСПОДАРСЬКИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ**

Українська соціально-економічна культура на тлі загальноєвропейської самобутня й неординарна. Аналіз народної самобутності в часи розбудови державності, зміни політичного та економічного курсу, в період геополітичної та фінансово-економічної нестабільності має стати пріоритетним завданням сьогодення.

Особистість людини формується завдяки спадковості, родинному вихованню та впливу соціуму. Ці та інші фактори можна застосовувати й при формуванні національної свідомості, а також при аналізі впливу соціально-економічної культури на розвиток ринкових, у тому числі кредитних відносин в країні. Формування та розвиток національної самосвідомості є складним, розтягненим у часі процесом, що вибудовується під впливом еволюційних змін відповідного народу та характеризується певними, притаманними тільки цьому суспільству якісними і кількісними показниками. Суспільна практика свідчить, що кожне нове покоління, заново переосмислює особливості своєї спільності та трансформує національну самосвідомість згідно потреб та викликів його сучасності. У періоди соціально-економічних потрясінь в історії етносу, відбувається деформація національної самосвідомості, а у суспільстві постає необхідність переосмислення досвіду історичного минулого свого народу, відбувається переформування шляхів його розвитку, а разом з тим і пріоритетності функціонального навантаження на соціально-економічну систему. Оновлені політичні, ідеологічні, економічні, культурні та інші утворення, зведені воедино в просторово-часовій формі збагачують суспільство та виводять його на новий рівень самоорганізації.

Поняття соціально-економічної культури має більш ширше значення та потребує розуміння процесів формування суспільних інститутів, принципів обрання політичних векторів, причин та наслідків відповідних історичних та соціально-економічних трансформацій тощо. Сучасна економічна практика будь-якого суспільства неможлива без урахування культурного та ментального контексту, у якому відбуваються економічні, соціальні та політичні зміни.

Наразі соціально-економічні інститути залежать від траєкторії історико-економічного розвитку певної країни і є основою соціально-економічної системи, яка забезпечує їхню усталеність до змін.

Соціально-економічна культура – це комплекс уявлень, переконань, звичок, стереотипів поведінки, які реалізуються в соціально-економічній сфері суспільства й пов'язані з його економічною діяльністю. Вона є складовою частиною загальнонаціональної культури й пов'язана з політичною, правовою, моральною, релігійною та ін. Соціально-економічна культура складається з багатьох раціональних та ірраціональних компонентів: економічних цінностей та норм, традицій, а також встановлених чи притаманних певній соціально-економічній системі "правил гри" та принципів взаємовідносин між індивідом та економічними інститутами.

Соціально-економічна культура української нації також перетерпіла чимало трансформацій, соціальних шоків та потрясінь, еволюційних та революційних, історичних, політичних та економічних переломних моментів. З давніх джерел відомо, що за період набігів кримських татар та турків українські поселення змогли вибудувати воєнізований устрій у якому основними суспільними верствами були козаки, до функцій яких входила охорона прикордонних територій та селяни, які обробляли землю [1, с. 442-443]. В козачих землях панувала демократична свобода, самостійність та незалежність, дух яких передавався й іншим суспільним ланкам.

Однак, сусідні держави, зокрема діючий на той час російський царат, такий стан справ не влаштував. Встановлений в Україні устрій повинен був поступово зникнути й замінитися іншим. Основою й генієм внутрішнього життя козаків був войовничий дух, що збуджував весь народ, але з часом він мало по малу вичерпувався. Як тільки кримські татари підпали під владу російської корони, турки не наслідувалися нападати зі своїх засідок, українські козаки перестали самі вартувати на сторожі українських земель, які опоясували високі дерев'яні вежі, і звідки здалеку було видно пил, що піднімався у степу під копитами татарських коней, прості українці-хлібороби також перестали постійно вартувати та готуватися до війни, "з того часу живий, активний войовничий дух заспокоївся, а разом з ним поступово вичерпалося почуття свободи та незалежності, й козаки поступово позбулися своїх вольностей і привілеїв" [1, с. 443] Місце войовничих козачо-селянських господарських відносин та патріархального самоврядування зайняли європейський військовий устрій та новітнє чиновницьке управління.

Після Полтавської битви Петро I за чотирма сільськими полками України призначив наглядати Петра Матвійовича Апраксіна. Власне тоді й розпочалася колонізація українського народу росіянами. П.Апраксін та інші придворні дворяни, що отримали в подарунок від царя маєтки та наділи на теренах України, купували, а часом і просто присвоювали безліч українських земель й заселяли їх своїми селянами-корінними росіянами. Невдовзі це викликало наслідкування, і з усіх місцевостей Росії почали відправлятися до України партії переселенців.

З часом імперський контроль, а з ним і тиск на місцеву еліту тільки зріс. Вищі гілки влади в Україні поступово опинилися в російських руках, а місцеві можновладці отримали статус нижчої верстви на яку накладався й відповідний тип господарчої поведінки, смаків, уподобань тощо. Вони втратили риси аристократизму та продукували защемленість і пристосуванство, яке досить часто набувало форми прислужництва [2, с.21, 23].

Ще одна риса, яка притаманна українцям – це довірливість. У протистоянні між недовірою, що породжувала страх перед обманом й скептицизм та легковірністю зазвичай перемагала віра в немислиме, нереальне, у диво. Люди часто вірили обіцянкам спочатку російських царів, а потім більшовиків [3, с. 86].

Разом з тим в ментальності українців чітко прослідковується недовіра до інтелекту та його недооцінка, перевага надається більше почуттям [4, с. 19]. Діяльність українця, у тому числі підприємницька часто залежить від його емоційної насиченості [5, с. 246].

Незважаючи на значну історичну заглибленість основних факторів, які формували ментальні особливості українців у минулому, можна зробити висновок, що характерні їх прояви можна побачити і в сучасних реаліях господарського життя.

Серед основних характеристик, що притаманні українському менталітету та мають вплив на сучасну українську економіку можна виділити наступні:

- 1) Прагнення до достатку, присутність пріоритетів на багатство.
- 2) Підприємливість, самостійність у прийнятті рішень, прагнення до економічної самостійності.
- 3) Недовіра до інтелекту, емоційність у прийнятті рішень (побудова ділових та суспільних зв'язків на особистих стосунках).
- 4) Раціональний лібералізм.
- 5) Неприйняття верховенства права (недовіра до влади, закону та правопорядку; прагнення покладатися на себе, а не на державу).
- 6) Специфічний ритм життя та сприйняття часу, працьовитість.

Отже, менталітет суттєво впливає на економічні відносини, особливості ведення підприємницької діяльності та здійснення фінансово-кредитних операцій. Менталітет формується протягом тривалого історичного часу під впливом ряду різноманітних природних і суспільних факторів, а тому корегуванню піддається лише частково. Тому замість того щоб протистояти особливостям менталітету краще їх використовувати чим успішно й користувалися відомі підприємливі українці наприкінці XIX - на початку XX ст.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гакстгаузен А. Исследования внутренних отношений народной жизни и в особенности сельских учреждений России / Август Гакстгаузен / Перевод с немецкого Л.И. Рагозин. - Том 1. - М.: Издатель Л.И. Рагозин, Типография А.И. Мамонтова и К°, 1869. - 512 с.

2. Донцов Д. Дух нашої давнини / Д. Донцов. – Мюнхен-Монтреаль : б.в., 1951. – 2-ге вид. – 341 с.
3. Кучма Л. Україна – не Россия / Л. Кучма. – М. : Время, 2004. – 560 с.
4. Чижевський Ю. Нариси з історії філософії на Україні / Ю. Чижевський. – Нью-Йорк : б. в., 1991. – 175 с.
5. Донченко О. Архетипи соціального життя і політика : Глибинні регулятиви психополітичного повсякдення : монографія / О. Донченко, Ю. Романенко. – К.: Либідь, 2001. – 334 с.
6. Гайдай Т.В. Теоретико-методические основы исследования экономической ментальности: институциональный аспект / Т.В. Гайдай // Россия: варианты институционального развития : интернет-конф., 25 апр.-15 дек. 2006 г. – М., 2006. – URL: <http://www.mirrossii.ru/db/msg/295702/print.htm>

**М.В. Балицька**, аспірантка,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

Найважливішою сферою національної економіки України виступає фінансовий сектор. Однією з його складових є страховий ринок, розвиток якого в процесі ринкової трансформації національної економіки, в умовах входження України до системи світових господарських зв'язків та в період посилення процесів глобалізації займає незначне, але вже цілком сформоване і помітне місце в структурі управлінської економіки. Страхова галузь в Україні є досить молодою порівняно із провідними країнами, де вона розвивається протягом кількох століть.

Водночас, як у період її становлення, так і сьогодні багато проблем страхового ринку залишаються не вирішені. Як наслідок, страховий ринок не забезпечує потреб суспільства в сучасних страхових послугах. На ринку існують страхові компанії, які практикують демпінг, не забезпечуючи при цьому виконання взятих на себе зобов'язань, прикриваючись недостовірною звітністю, яка не дає змоги оцінити реальний фінансовий стан таких страховиків, що спотворює можливість споживача зробити усвідомлений вибір.

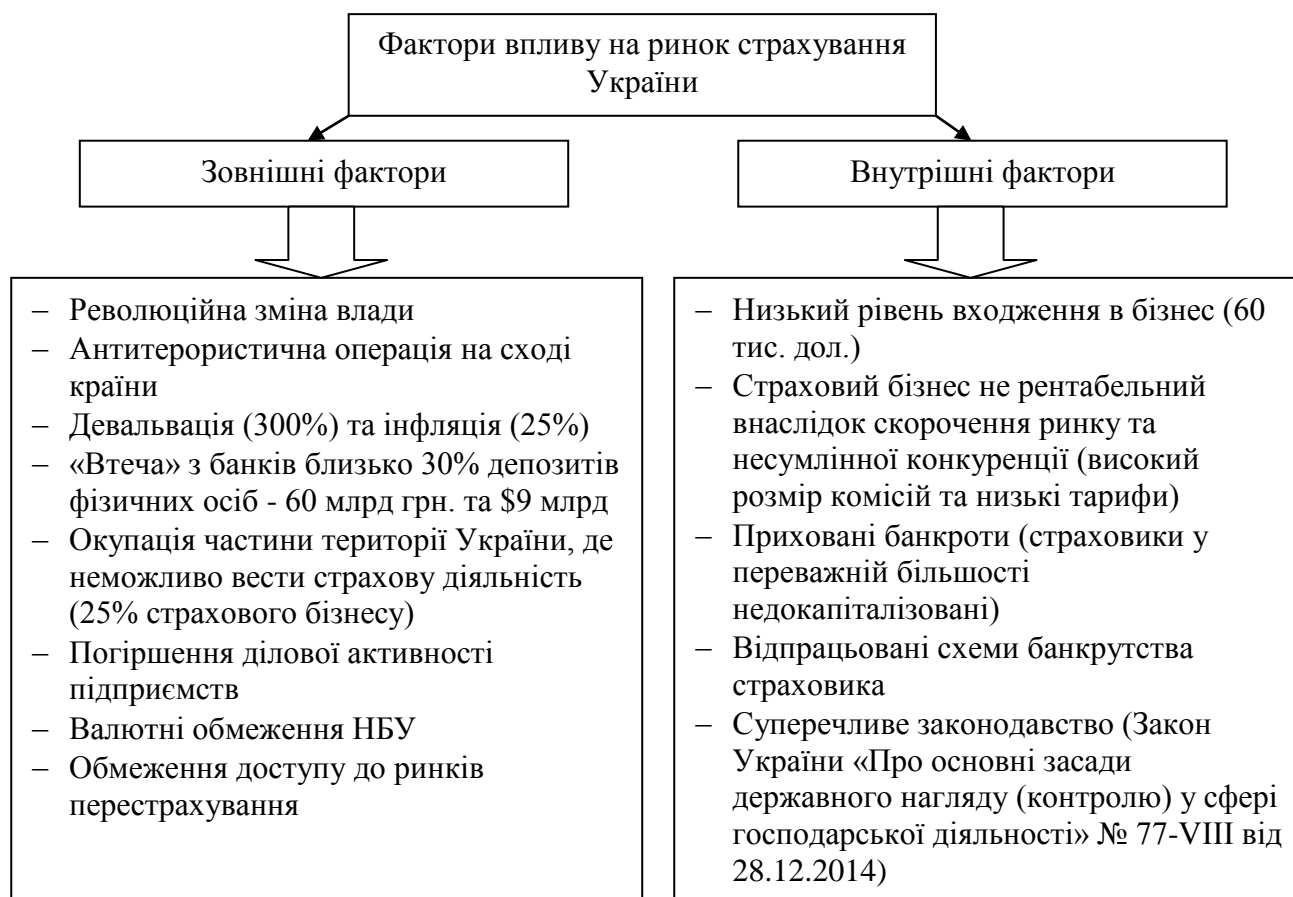
Інтеграція ж України у сучасний європейський економічний та правовий простір вимагає формування розвинутого ринку страхування. Таким чином, в умовах посилення відкритості української економіки питання конкурентоспроможності українського страхового ринку та реформування страхової галузі набувають усе більшої актуальності.

Сучасний етап розвитку страхових відносин в Україні характеризується швидким зростанням кількості страхових компаній, а відповідно, й високою конкуренцією. Це все відбувається в умовах низького реального попиту

населення на страхові послуги. Водночас вітчизняний страховий ринок перебуває під дією значних ризиків. Основними з них є:

– глобальні ризики, зумовлені циклічним характером розвитку світової економічної та фінансової систем, неможливістю передбачити час та масштаб чергової кризи;

– макро- та мікроекономічні ризики, пов'язані, зокрема, із збереженням тенденцій до зниження темпів зростання національної економіки або окремих галузей, рівня інвестиційної активності, високих рівня інфляції та відсотків за банківським кредитуванням, низького рівня життя населення України, недостатнього рівня розвитку внутрішньої інфраструктури;



**Рис.1. Фактори впливу на ринок страхування України**

Джерело: [1]

– фінансові ризики, що включають, зокрема, незадовільний фінансовий стан значної частини страховиків, низький рівень якості активів, залежність інвестиційних доходів від депозитної політики банківської системи; комерційні ризики, до яких, зокрема, належить посилення цінової конкуренції та загроза банкрутства значної кількості страховиків, зростання обсягу невиконаних зобов'язань між страховиками, в т.ч. за договорами перестрахування, та у відносинах з контрагентами і партнерами (банками, інвестиційними компаніями тощо) [3].



Розвиток вітчизняного страхового ринку відбувається в складних умовах ринкової трансформації економіки та впливу сучасної світової фінансово-економічної кризи.

Під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів на вітчизняному страховому ринку накопичилось ряд проблем, які потребують вирішення з метою подальшого його ефективного функціонування

Розв'язання проблемних питань розвитку українського страхового ринку і забезпечення його конкурентоспроможності слід шукати у площині вдосконалення внутрішніх соціально-економічних і фінансових відносин між усіма учасниками страхових процесів, раціонального використання внутрішніх резервів страхового бізнесу та ефективного використання його результатів в реальному секторі економіки. Досягнення поставлених завдань потребує суттєвої модернізації вітчизняного страхового ринку, виходячи з його реальних можливостей та вимог міжнародних страхових ринків.

Ключовими напрямками модернізації страхового ринку на рівні страхових компаній у напрямках забезпечення їх конкурентоспроможності мають стати:

- підвищення ролі сервісної складової в обслуговуванні страхувальників;
- вдосконалення маркетингових досліджень стосовно виявлення потреб населення в страхових послугах;
- зниження вартості страхових послуг за рахунок впровадження інноваційних технологій обслуговування клієнтів та сучасних моделей стратегічного управління діяльністю страхових компаній;
- концентрація капіталу та підвищення ефективності його використання в реальному секторі національної економіки;
- адаптація діяльності страхових компаній до вимог міжнародних страхових ринків;
- підвищення компетентності управлінського персоналу на основі опанування сучасних технологій ведення страхової справи, корпоративної культури в обслуговуванні клієнтів;
- вдосконалення системи інформаційного обміну між основними учасниками страхового ринку та державними установами нагляду за страховою діяльністю.

На основі аналізу законопроекту, результатів роботи круглий столів-нараа з питань реформування та розвитку страхового ринку України можна зробити висновки, що основні вектори реформування страхового ринку України спрямовані на досягнення у найближчій перспективі наступних цілей:

- Збільшення частки страхового ринку у ВВП;
- Створення довгострокового фінансового ресурсу для інвестицій у державні та корпоративні цінні папери і банківські вклади;
- Збільшення валютних надходжень за рахунок експорту страхових послуг;
- Покращення інвестиційного клімату та конкуренції ;

– Зменшення навантаження на Державний та місцеві бюджети щодо відшкодування збитків від стихійних лих та техногенних катастроф за рахунок страхових виплат ;

– Запровадження ОМС та розвиток ДМС;

– Соціальне спрямування ОСАЦВ;

– Удосконалення механізму агрострахування;

– Запровадження е-комерції ;

– Розвиток страхового посередництва;

– Запровадження і розвиток 2-го рівня Пенсійної системи (стимулювання розвитку страхування життя);

– Підвищення рівня довіри громадян до державної фінансової політики;

– Збільшення податків до бюджету;

– Створення нових робочих місць;

– Покращення міжнародного іміджу України та її рейтингу в оцінках Світового банку, МВФ і міжнародних рейтингових агентств [17].

Окреслені вище напрями модернізації вітчизняного страхового ринку вказують на її залежність не тільки від стану реального сектора економіки, але й від напрямів глобальної модернізації національної економіки України загалом, що потребує визначення сумісності їх цілей і завдань та виявлення суперечностей, які можуть виникнути в процесі їх реалізації. Отже, напрями модернізації вітчизняного страхового ринку доцільно досліджувати в контексті концептуальних засад модернізації національної економіки України, орієнтуючись при цьому на власні ресурсні можливості та враховуючи можливі зміни у зовнішньоекономічному середовищі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Залетов О.М. Шляхи реформування страхового ринку України в умовах ідеального шторму [Електронний ресурс] // Видавництво «БанкирЪ»: [сайт]. – Режим доступу: [http://kbs-izdat.com/upload/materials/file/Bezopasnost/%D0%97%D0%90%D0%9B%D0%95%D0%A2%D0%9E%D0%92\\_2015.pdf](http://kbs-izdat.com/upload/materials/file/Bezopasnost/%D0%97%D0%90%D0%9B%D0%95%D0%A2%D0%9E%D0%92_2015.pdf).
2. Кричильська Н. В. Аналіз основних тенденцій та перспектив розвитку страхового ринку України [Текст] / Н.В. Кричинська// Магістеріум. – 2014. – Т. 56 – С. 62-66.
3. Осадець С. Напрями модернізації страхової справи [Текст]/ С. Осадець // Страхова справа. – 2012. – № 2(46). – С. 13–17.

**І.А. Семенчук**, аспірант,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## **РИНОК АВТОСТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ**

Страховання обов'язкової цивільної відповідальності власників транспортних засобів (ОСЦПВВНТЗ), що має своєю метою захистити майнові інтереси громадян і юридичних осіб у разі настання несприятливих наслідків, має для суспільства важливе значення. Тому, не дивно, що ОСЦПВВНТЗ, за рідкісним винятком, існує практично в кожній країні світу як форма захисту майнових інтересів учасників дорожньо-транспортних пригод. Не є таким винятком і країни СНД, в яких страховання обов'язкової цивільної відповідальності власників транспортних засобів за загальним правилом регулюється на законодавчому рівні.

Значимий внесок у формування національної концепції страховання цивільно-правової відповідальності зробили, зокрема, Н.М. Внукова, Ю.П. Гришан [2], О.М. Залетов,, О.Д. Вовчак та інші вітчизняні вчені. Данну проблематику досліджували також іноземні автори: А.В. Бойков, А.Н. Аверін, В.А. Прокошин, В.С. Балабанов, Н.А. Волгін, М.Л. Захаров, А.А. Баширова, Л.М. Рейтман та ін.

Лише останніми роками ця проблематика стає об'єктом окремих наукових публікацій, монографій та дисертаційних досліджень, зокрема О.О. Кульчій, Ю.А. Куліна, О.А. Файєр, В. В. Загребний [3] та ін. Однак, як правило, досліджуються переважно окремі питання цієї сфери, а не загальні тенденції.

Разом з тим, роботи вітчизняних економістів зі страховання і теорії страховання включають в себе питання страховання цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів. Такі напрацювання переважно представлені у вигляді підручників та навчальних посібників за ред. В.Д. Базилевича, В.О. Безуглої, О.А. Грішнєвої, С.С. Осадця [4], Р.В. Пікус, та інших відомих вітчизняних учених.

Страховий ринок в Україні розвивається і набирає потужностей. Це значно ускладнює роботу страховиків, викликає багато зловживань, які підривають довіру страховальників. Також існує проблема, яка важлива в однаковій мірі для кожної страхової компанії, – це труднощі, які виникають у зв'язку з отриманням інформації, статистичних даних.

Детальний аналіз транспортного страховання дає можливість усвідомити процес початку та становлення страхової діяльності, операцій зі страховання, первинних зародків страхового фонду, та, при необхідності створення конкурентоспроможного страхового ринку України.

Трансформування української політики має враховувати значні зміни в геополітичній і гео економічній ситуації, які пов'язані з процесами глобалізації. Глобалізація страхових відносин долає законодавчі й економічні бар'єри між національними страховими ринками, що відбуваються під впливом змін у

світовій економіці і мають на меті сформувати глобальний страховий простір для адаптації всіх суб'єктів страхових відносин до нових умов діяльності з підвищенням ступеня відкритості національних страхових ринків та подальше міжнародне переміщення страхових послуг.

На нашу думку, врахування всіх факторів, які диктуються на світовому ринку для ефективного функціонування автострахування, є цивілізована законодавча база, технічні, соціально-економічні, організаційні й управлінські стандарти, які нададуть змогу створити ефективну систему, а також розробити відповідні методи та механізми регулювання.

Враховуючи всі перелічені плюси та мінуси автострахування в Україні, слід зауважити, що його функціональні характеристики не відповідають реальним потребам держави та європейським стандартам.

Досліджуючи законодавчу базу транспортного страхування, особливу увагу привертає той факт, що в більшості розвинутих країн світу законодавчі акти про обов'язкове страхування транспортних засобів ґрунтуються на конституційних правах громадян та на законодавчий захист життя та майнових прав від протиправних або інших дій третіх осіб. Завдяки цьому структура автотранспортного ринку є досить зрілою і диференційованою, що дає змогу відзначити процеси активної концентрації страхового капіталу й інтерналізації страхової справи.

В цей же час інтенсивно розвиваються обсяги транспортних перевезень всередині самої країни. Постійне збільшення кількості автомобілів неминуче тягне за собою і збільшення ДТП і, як наслідок, збільшення числа постраждалих. За даними Державної служби статистики України кількість ДТП в період з 2006 р. по 2014 р. кілька разів змінювалося, але як і раніше залишалося на досить високому рівні (див.табл.1.).

Таблиця 1

**Динаміка ДТП в Україні за 2006-2014рр.**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ДТП з постраждалими	46485	49491	63554	51279	37049	31914	31281	30669	30667
Кількість постраждалих	63228	67610	88102	70972	51023	43850	43086	42650	42350

Необхідною умовою розвитку ринку автострахування також є розробка програм інформування населення про страхові послуги з метою підвищення страхової культури громадян, підвищення рівня довіри до страхових компаній.

У практичному плані державна політика з регулювання автотранспортного ринку, маючи потужну інфраструктуру з відповідними обсягами грошових надходжень, зможе стати надійним гарантом для всіх учасників страхового ринку. Економічна ефективність і вигідність у створенні державних методів регулювання в автострахуванні, для держави – це:

– різке зростання значення страхування в економіці України, де відбудуться зміни у довірі та увазі з боку населення, а це головне стратегічне завдання на сьогоднішній день в країні;

– відповідні місця державної служби для випускників вищих навчальних закладів, які готують кваліфікованих юристів, менеджерів та фахівців зі страхової справи, фахівців транспортних вузів;

– створення нових робочих місць: це незалежні експерти і консультанти, які будуть займатися оцінкою збитків життя і здоров'я, майна третіх осіб – це велике поле діяльності для колишніх співробітників правоохоронних органів, інженерів, військових тощо [7].

У структурі страхових премій за мінусом частки страхових премій, сплачених перестраховикам-резидентам, за видами страхування станом на 31.03.2015 найбільша питома вага належить таким видам страхування, як: автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, «Зелена картка») – 1 545,4 млн. грн. (або 30,9%) (станом на 31.03.2014 даний показник становив 1 255,9 млн. грн. (або 29,0%)); медичне страхування (безперервне страхування здоров'я) – 534,5 млн. грн. (або 10,7) (станом на 31.03.2014 – 463,4 млн. грн. (або 10,7%)); страхування майна 510,4 млн. грн. (10,2%) (станом на 31.03.2014 даний показник становив 450,0 млн. грн. (або 10,4%)); страхування життя – 468,2 млн. грн. (або 9,4%) (станом на 31.03.2014 – 559,4 млн. грн. (або 12,9%)); страхування вантажів та багажу – 387,6 млн. грн. (або 7,8%) (станом на 31.03.2014 – 171,9 млн. грн. (або 7,8%)); страхування фінансових ризиків – 362,3 млн. грн. (або 7,3%) (станом на 31.03.2014 – 284,9 млн. грн. (або 6,6%)); страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ – 322,8 млн. грн. (або 6,5%) (станом на 31.03.2014 – 355,0 млн. грн. (або 8,2%)) [12].

Оцінка стану ринку автотранспортного страхування виявила низку проблем, які стримують розвиток ринку автострахування України, а саме: зменшення попиту на послуги автострахування з боку потенційних страхувальників, погіршення загального стану платоспроможності страховиків, відсутність якісної статистичної інформації в страховому секторі, недосконалість законодавчого регулювання, низький рівень послуг, що надаються окремими страховиками та наявність випадків шахраювання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богомолів А. А. Практика применения судами норм законодательства об ОСАГО/ А.А. Богомолів // Право и экономика. 2009. №7.
2. Гришан Ю. Можно ли прекратить демпинг в ОСАГО? / Ю. Гришан // Финансовые услуги . – 2012. – № 6(96). – С. 24–26.
3. Загребной В. В. ОСЦПВВНТЗ в Україні: тенденції та прогнози / В. В. Загребной // Финансовые услуги . – 2012. – № 6 (96). – С. 12–13.
4. Осадець С.С. напрями модернізації страхової справи / С.С. Осадець // Страхова справа. – 2012. – №2(46). – С. 13–17.
5. Страхование: Навчальний посібник. / Граве К. А., Лунц Л. А. - М.: ИГЭА, 2010 – 124 с.

6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 г. №14-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 1996. №5, ст. 410.
7. Гражданское право: Навчальний посідник. / / Суханов. Е.А. - М., 2005. Т. II, - 330 с.
8. Договор страхования по русскому торговому праву: Навчальний посідник. / В. Идельсон - Харьков, 1904.
9. Ишо К.Д. Сравнительная характеристика законодательства об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств в зарубежных странах // Право и политика. 2007. №6.
10. Корнеева О.В. Страхование возмещение вреда, причиненного жизни или здоровью потерпевшего в результате ДТП (сравнительно-правовой анализ) // Транспортное право. 2009. №4.
11. Основы страхования гражданско-правовой ответственности: Навчальний посібник / О.В. Кузнецова - М.: Юрайт, 2008.
12. Звіт за I квартал 2015го року по страховому ринку – Електронний ресурс. Режим доступу: <http://forinsurer.com/files/file00554.pdf>

### **Секція 3.**

## **ВЗАЄМОДІЯ ТА СУПЕРЕЧНОСТІ ГЛОБАЛЬНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

**Л.М. Алексєнко**, д.е.н., професор,  
Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту  
Тернопільського національного економічного університету,  
**І.С. Карпа**,  
Тернопільський національний економічний університет

### **РИНКИ ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ: НАЦІОНАЛЬНА ВІЗІЯ ТА НОВІ РЕАЛІЇ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Геополітика ввела в наукову термінологію для комплексного позначення цивілізаційних вимірів поняття «великий простір» (Grossraum), що визначає єдине політико-географічне утворення. В цьому просторі рівень національного суверенітету залежить від розмірів території держави, військової сили, технологічного розвитку й економічної системи, але й від участі в глобальних політичних процесах [1, р. 11–16]. Глобалізація поширилася в усі сфери життя суспільства, дозволяючи одним суб'єктам ставати активними творцями взаємозв'язків у світовій економіці, іншим – лише підбудовуватися під вплив світових тенденцій.

Різні форми глобалізації міняють не тільки світову архітектуру, тенденції розвитку й механізми взаємодії держав, але й закономірності розвитку світових ринків і пріоритети їх регулювання. У економічній літературі поняття «нерухоме майно» трактується з позиції різних аспектів, у числі яких «нерухомість як товар», «нерухомість як фінансовий актив», «нерухомість як послуга», «нерухомість як благо» тощо. Важливими детермінантами формування ринків житлової нерухомості є економічна ментальність та інституційна довіра.

Ринок житла доцільно розглядати з урахуванням розвитку територій й сприятливості умов проживання населення. Поліпшення умов проживання населення, підвищення забезпечення населення житлом і рівня його доступності, модернізація об'єктів комунальної інфраструктури, розвиток житлового будівництва є пріоритетними напрямками вирішення житлових проблем в більшості цивілізованих країн.

Комплексний характер дослідження ринку житлової нерухомості потребує виокремлення основних показників, що характеризують стан і наявність житлового фонду, масштабність і активність житлового будівництва, вартість житла і його доступність, ступінь забезпеченості населення житлом, активність здійснення операцій на ринку нерухомості. Сучасний стан ринку житла доцільно досліджувати з урахуванням розвитку суміжних соціально-

економічних сфер, територій, особливостей екологічної обстановки, забезпеченості населення об'єктами охорони здоров'я, побутового обслуговування та торгівлі.

Понятійно-категоріальний апарат інституційної теорії дає змогу розробити й сформулювати необхідні умови для підвищення ефективності управління багатоквартирним житловим фондом, зокрема формуванням «соціального капіталу» асоціації власників, контролю за його допомогою за правлінням з метою недопущення опортуністичного поводження й забезпечення ефективного використання спільної власності та чіткого поділу функцій власників квартир і держави.

В розвинених країнах контроль безпеки й технічного стану житла є прерогативою співпраці держави й асоціації власників житла. Держава здійснює моніторинг за якістю й безпекою середовища проживання громадян, контролює обслуговування, ремонт й реновацію будинків.

Ефективність управління багатоквартирним будинком з приватизованими квартирами вимагає специфікації власності – поділу функцій власників квартир і держави. Акцентуємо увагу на економічній функції, яка забезпечує планування, облік та контроль за надходженням і використанням фінансових ресурсів суб'єктами управління, досягнення прибутковості суб'єктів управління та сприяння формування конкурентного середовища. Водночас операційна функція включає організацію й регулювання надання та раціональне споживання житлово-комунальних послуг, контроль за досягненням певного нормативного рівня якості надаваних послуг і середовища проживання, дотримання прав громадян на безпеку житла.

Розвиток ринку житлової нерухомості тісно переплітається з застосуванням таких видів моделей іпотечного ринку: цільової (контрактно-ощадна модель іпотечного кредитування), депозитної (класична континентальна модель іпотечного кредитування) та інвестиційної (американська модель іпотечного кредитування із вторинним ринком іпотечного кредиту).

Спеціалізовані іпотечні та універсальні банки застосовують депозитну модель іпотечного кредитування, котра ґрунтується на первинному ринку закладних. Надаючи довготермінові кредити населенню, банківська установа залучає ресурси з різних джерел, включаючи міжбанківські кредити, цільові кредитні лінії, рахунки і депозити клієнтів, боргові цінні папери, а також кошти від продажу заставних листів. Простота організації іпотечного кредитування на основі згаданої моделі зумовила її широке розповсюдження в Великій Британії, Данії, Іспанії, Італії, Німеччині, Україні.

Основною перешкодою на шляху проникнення системи іпотечного кредитування за даною моделлю в широкі маси населення є те, що середньостатистичні громадяни зараз знаходяться нижче так званого «іпотечного порогу», встановленого банками, оскільки обраний курс, зорієнтований на надання послуг з іпотечного кредитування виключно «елітарним» клієнтам [2, с. 14–17]. Крім того, ця модель залежить від



ринкового рівня ставки відсотка та обмеженої кількості залучених кредитних ресурсів.

Цільова модель базується на фінансових ресурсах учасників за контрактами збережень і характерною її рисою є замкненість, яка полягає в тому, що джерелом надання кредитів є лише кошти, накопичені учасниками іпотечних відносин за контрактами заощаджень. При цьому згадана модель не залежить від загального стану фінансово-кредитного ринку.

Застосування принципу каси взаємодопомоги, коли кредитні ресурси банку не запозичуються на відкритому ринку, а формуються за рахунок залучення заощаджень майбутніх позичальників. Тільки клієнт банку має право на отримання такого кредиту, причому у розмірі, який приблизно дорівнює сумі заощаджень. Ця модель тільки частково стимулює придбання нерухомості, оскільки момент придбання настає не скоро. В той же час він не залежить від коливань на фінансовому ринку та цін залучених коштів, тому ця модель отримала назву автономної.

Автономна модель застосовується для придбання житла в Німеччині. Особи, які бажають покращити житлові умови, повинні попідкуватися про це заздалегідь. Протягом 2-10 років до моменту придбання будинку чи квартири вони повинні робити цільові накопичення в спеціалізованих банках або ощадних касах. Коли накопичиться приблизно 45% від вартості житла покупці нерухомості отримують державну дотацію у розмірі 10% від його вартості, а також пільговий кредит на 10-15 років для решти частини виплат. Для надання іпотечних кредитів банк використовує кошти, накопичені попередніми вкладниками.

Інвестиційна схема іпотечного кредитування вимагає розширеної інфраструктури іпотечного ринку, контролю держави за забезпеченням системного балансу між сукупною ціною цінних паперів і закладних, які іпотечні банки надали емітентам для забезпечення їхніх емісій. Тому її впроваджено у фінансово потужних країнах, наприклад у Великій Британії, Китаї, США.

Сутність даної моделі полягає в тому, що державне агентство з житлового іпотечного кредитування залучає кошти інвесторів шляхом емісії та продажу облігацій, погашення яких забезпечується державою, і передає отримані грошові кошти комерційним банкам для надання іпотечних кредитів. Комерційні банки за рахунок цих коштів кредитують своїх клієнтів, отримуючи від останніх як заставу право власності на житло, що будується [3, с. 23–26]. За цієї моделі комерційний банк виступає в ролі посередника між державним агентством з іпотечного кредитування та позичальником, що, звичайно ж призводить до збільшення вартості кредиту для позичальника. Але водночас дана модель є більш безпечною для інвесторів, оскільки повернення ї коштів забезпечується гарантією держави та заставою майна позичальника.

В розвинених країнах застосовують інвестиційну модель дворівневої системи іпотечного кредитування: фінансові ресурси для іпотечного кредитування формують не лише за рахунок джерел, які притаманні

однорівневій системі іпотечного кредитування, а й за рахунок ресурсів, які мобілізуються з фінансових ринків. Первинні кредитори іпотечних кредитів виконують функції фінансових посередників, які займаються продажем та перепродажем цих кредитів. Крім того, дворівнева система іпотечного кредитування забезпечує ефективність функціонування і розвитку вторинного іпотечного ринку.

В національній економіці в контексті розвитку публічно-приватного партнерства щодо ефективності управління нерухомим майном доцільно застосовувати сервейінг (від англ. *survey* – межування, обстеження, інспектування), який представляє професійну управлінську діяльність у сфері нерухомості на всіх етапах життєвого циклу цього майна. Досвід щодо гармонізації інтересів держави й суспільства по управлінню нерухомим майном доцільно використати і в житловій нерухомості, оскільки проведення комплексу правових, технічних, економічних, екологічних, управлінських і інших видів експертиз об'єктів нерухомого майна, на основі аналізу яких приймаються управлінські рішення сприятимуть одержанню максимального ефекту.

Формування системи взаємодії учасників інвестиційного процесу в житловій сфері в контексті узгодження їх економічних і неекономічних інтересів сприятиме розвитку ринку житлової нерухомості.

#### **Список використаних джерел:**

1. Joseph E. Stiglitz, Bruce C. Greenwald. *Creating a Learning Society. A New Approach to Growth, Development, and Social Progress.* – New York: Columbia University Press, 2014. – 680 p.
2. Циганов С. Заходи державної підтримки банківських систем в економічно розвинутих країнах під час фінансової кризи / С. Циганов, К. Олексенко // Вісник Національного банку України. – 2014. – № 1. – С. 12–19.
3. Брусов П. Н. Современные инвестиционные модели с равномерным погашением долга и их применение / П. Н. Брусов, Т. В. Филатова, Н. П. Орехова // Финансы и кредит. – 2015. – № 9 (633). – С. 21–27.

**М.П. Войнаренко**, д.е.н., професор,  
член-кореспондент НАН України,  
проректор з науково-педагогічної роботи, перший проректор,  
Хмельницький національний університет

## **ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І ЇЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ДЛЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ**

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується багатоаспектністю глибоких соціально-економічних змін, що відбуваються під впливом процесів глобалізації. Їх стрімкий розвиток призводить до того, що сьогодні жодна національна економіка вже не може розвиватися без участі в міжнародних зв'язках. За таких умов найважливішим стратегічним завданням

будь-якої держави є досягнення високого рівня економічного розвитку з метою забезпечення рівноправного партнерства в процесах світової інтеграції.

Для більш глибокого розуміння сутності і неминучості процесів глобалізації важливо враховувати передумови їх виникнення, а також взаємозв'язок з можливими наслідками, що сприяють розвитку процесів глобалізації (табл. 1).

Таблиця 1

**Передумови, що сприяють розвитку глобалізації**

Передумови для розвитку глобалізації	Якісні зміни, що сприяють розвитку процесів глобалізації
Прискорення науково-технічного прогресу	Впровадження сучасних технологій в усі галузі економіки, дистанційне управління виробництвом, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, перехід до інформаційного типу суспільства
Створення різних інтеграційних об'єднань (Європейський союз, НАФТА, АТЕС, АСЕАН та ін.)	Лібералізація та уніфікація митного, торговельного, податкового законодавства багатьох країн, посилення економічної взаємозалежності національних господарств і їх господарюючих суб'єктів, інші форми економічної лібералізації
Формування міжнародного капіталу	Вільне переміщення підприємницького капіталу, іноземних інвестицій
Формування міжнародних фінансових організацій	Розвиток різних форм міжнародного кредитування, розширення сфер валютних операцій
Створення транснаціональних компаній (ТНК)	Інтернаціоналізація та інтеграція виробництва, споживання, максимізація прибутку

Отже, до основних передумов слід віднести: прискорення науково-технічного прогресу; створення різних інтеграційних об'єднань; формування міжнародного капіталу і міжнародних фінансових організацій. Зростання науково-технічного потенціалу, швидкі темпи інформаційних технологій формують єдиний інформаційний простір і глобальне мережеве співтовариство, які дозволяють забезпечувати необхідною інформацією проведення зовнішньоекономічних процесів та здійснення їх аналізу і ефективного контролю у будь-якій країні.

Глобалізація стала можливою завдяки поступовій ліквідації бар'єрів, які перешкоджали торгівлі, формуванню міжнародних фінансів та руху капіталу, а також завдяки основоположним технічним досягненням і стрімкому зниженню вартості транспорту, зв'язку та ІТ-послуг.

Досить яскраві прояви глобалізації в науці – нові наукові ідеї, які не піддаються територіальним обмеженням, коли багато досліджень проводяться інтернаціональними науковими об'єднаннями, а наукові результати все більшою мірою набувають глобального характеру. Таким чином, під впливом глобалізації відбувається зміна всіх сторін соціально-економічних відносин у суспільстві.

Проте, необхідно зауважити, що глобалізація поєднує в собі як позитивні, так і негативні впливові характеристики. До позитивних можна віднести: стимулюючий вплив на економіку країни; прискорений розвиток науково-технічного прогресу; інтеграція економіки багатьох країн світу; виникнення соціокультурної єдності людства; глобальний підхід до вирішення складних політичних, економічних і соціальних проблем. До негативних впливів належать: формування єдиних стандартів споживання для всіх країн; перешкоджання вільному розвитку національної економіки; нав'язування складного, в окремих випадках суперечливого традиціям суспільства способу життя; посилення ідеї суперництва; підвищення ризиків економічної нестабільності, особливо в слабо розвинених країнах.

Проте, необхідно зауважити, що глобалізація поєднує в собі як позитивні, так і негативні впливові характеристики. До позитивних можна віднести: стимулюючий вплив на економіку країни; прискорений розвиток науково-технічного прогресу; інтеграція економіки багатьох країн світу; виникнення соціокультурної єдності людства; глобальний підхід до вирішення складних політичних, економічних і соціальних проблем. До негативних впливів належать: формування єдиних стандартів споживання для всіх країн; перешкоджання вільному розвитку національної економіки; нав'язування складного, в окремих випадках суперечливого традиціям суспільства способу життя; посилення ідеї суперництва; підвищення ризиків економічної нестабільності, особливо в слабо розвинених країнах.

Характер взаємозв'язків України із процесами глобалізації є одним із найскладніших питань нинішнього соціально-економічного розвитку, оскільки взаємовідносини з окремими країнами, в першу чергу, економічні і політичні, дуже суперечливі. Така ситуація призводить до погіршення стану економіки країни, виникненню збройних конфліктів.

Отже, подальший соціально-економічний розвиток незалежної України об'єктивно вимагає входження її у світове господарство на організаційно-економічних засадах ринкових відносин, на принципах рівноправності та взаємної вигоди у співробітництві [2].

Об'єктивна необхідність інтеграції України в світове господарство і розвиток її міжнародних відносин безпосередньо впливає з потреб використання у національній системі відтворення міжнародного поділу праці та зростання добробуту. Така необхідність сприяє формуванню ефективної структури економіки країни. Зовнішньоекономічні зв'язки в процесі інтеграції України у світове господарство охоплюють також комплекс екологічних проблем, які необхідно вирішувати спільними зусиллями.

Одним із найважливіших етапів в інтеграції України у світовий простір є входження України до ЄС. Інтеграція України до ЄС є надзвичайно складною проблемою, як для України, так і для Європи. Вже сьогодні Україна здатна будувати свої зовнішньоекономічні відносини на взаємовигідних умовах. Пріоритетні завдання країни щодо європейської інтеграції виступають основою не лише економічної стратегії держави, а й політичної консолідації суспільства.

Глобалізація тісним чином пов'язана з регіоналізацією економічних факторів економічного зростання. Вплив процесів глобалізації на кожен регіон видозмінюється в залежності від його промислового потенціалу та здатності до інтеграційних перетворень. Так, для експортоорієнтованих регіонів глобалізаційні процеси надають можливість максимально використовувати свої переваги у зовнішньоекономічних зв'язках для динамічного соціально-економічного розвитку, що знаходить відображення в збільшенні частки експорту у валовому регіональному продукті, підвищенні експортної квоти провідних галузей промисловості, розширенні зовнішньоекономічних зв'язків.

Однак, необхідно відзначити, що для всіх без винятку регіонів України характерно стрімке заповнення імпортними товарами і витіснення вітчизняних виробників на ринках готових виробів в харчовій, легкій промисловості, в машинобудуванні. Як наслідок, спостерігається зростання проблемних регіонів; послаблення традиційних внутрішніх економічних зв'язків і витіснення міжрегіональних зв'язків зовнішньоекономічними (Схід України).

Ефективне використання переваг та обмеження негативних наслідків впливу процесів глобалізації можливе за умови ретельного дослідження домінуючих тенденцій у цій сфері, як важливих умов територіального розвитку країни. У цьому зв'язку в Україні має бути розроблена така стратегія модернізації, яка змогла б забезпечити зростання та конкурентоспроможність продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

У зв'язку з ускладненням економічної і політичної ситуації в країні проявляються проблеми в розвитку окремих регіонів, які набувають особливих ознак, важко піддаються нормалізації, що також пояснюється несвоєчасним врегулюванням державою окремих складних процесів на початку їх виникнення в економіці та в інших сферах суспільного життя. Для протистояння впливу недосконалої державної політики і забезпечення подальшого соціально-економічного зростання регіонів необхідним напрямом формування ключових компонентів економічної політики є формування кластерних об'єднань [1, с.28; 3, с.57].

Кластерну структуру можна вважати новим видом виробничої моделі, побудованої на взаємодії і співпраці промислових, торговельних підприємств, фінансово-кредитних, наукових організацій та установ за підтримки переважно регіональної влади. Сьогодні немає сумнівів, що основою стратегічного курсу України, його базовим принципом має стати реалізація державної політики, націленої на впровадження інноваційної моделі структурної перебудови, з орієнтацією на високотехнологічні галузі і конкурентоспроможні продукти. Наявний інтелектуальний та науково-технічний потенціал дає підстави на це розраховувати.

Слід також врахувати, що високий рівень конкуренції на світовому ринку вимагає створення в Україні структур, які б забезпечували і координували функціонування зовнішньоекономічного комплексу, а також, всієї інфраструктури зовнішніх економічних зв'язків (кластерних об'єднань, страхового та інформаційного обслуговування, арбітражних органів тощо).

Таким чином, пошук можливостей і ресурсів економічного відродження України почнеться саме з регіонів і, напевно, з визначення економічних точок зростання, які почнуть формуватися на підставі кластерних ініціатив окремих територій шляхом пошуку у них інноваційних продуктів, виробництво яких здатне забезпечити ефективний і конкурентоспроможний розвиток у майбутньому. Крім того, проблеми глобалізації в Україні можуть бути вирішені тільки на основі широкого міжнародного співробітництва, посилення діючих і створення нових міжнародних інститутів.

**Список використаних джерел:**

1. Войнаренко М. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів / М. Войнаренко // Економіст. – 2008. – №10. – С. 27-30.
2. Перехідна економіка : монографія / В.М. Геєць, Є.Г. Панченко, Е.М. Лібанова та ін. ; за ред. В.М. Геєця. – К.: Вища школа, 2003. – 591 с.
3. Woynarenko M.P. Clusters in the Institutional Economics : monograph / M.P. Woynarenko. – Włocławek: ESFII, Poland, 2014. – 335 p.

**Р.О. Заблоцька**, д.е.н, професор,  
Інститут міжнародних відносин  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**РОЗВИТОК МЕГАІНТЕГРАЦІЙНИХ УГРУПУВАНЬ НА ПРИКЛАДІ  
ТРАНСАТЛАНТИЧНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ТА ІНВЕСТИЦІЙНОГО  
ПАРТНЕРСТВА (ТТІР) ЄС-США**

На учасників трансатлантичного торговельного та інвестиційного партнерства припадає половина світового ВВП і третина глобального товарообігу США та ЄС один для одного є найбільш важливими інвестиційними партнерами, а їх взаємні інвестиції є реальним локомотивом трансатлантичних відносин, що сприяє зростанню і створенню робочих місць по обидві сторони Атлантики. На даний момент 30 млн. робочих місць в ЄС залежать від експорту до США та 3,5 млн. людей в Європі працюють на американські компанії [1,2.].

Трансатлантична економіка генерує близько \$ 5 трлн. в загальному обсязі комерційних продажів, а загальний обсяг інвестицій США в країни ЄС в три рази вище, ніж в країни Азії. Європейські інвестиції з країн ЄС в США у вісім разів перевищує обсяг інвестицій ЄС в Індії та Китаї разом [3. Р. 16-17].

Третина торгівлі через Атлантику насправді реалізується через внутрішньо корпоративні канали. Цей величезний обсяг трансатлантичної торгівлі та інвестицій сприяє економічному процвітанню обох сторін Атлантики і десятках інших країн, які торгують з країнами ЄС та США. Трансатлантичні відносини також визначають основні тенденції розвитку світового господарства в цілому, оскільки і ЄС і США є найбільшим торговим і інвестиційним партнером майже для всіх інших країн у світовій економіці.

Обидва регіони, США і Європа, являються один для одного основним джерелом і місцем призначення для ПІІ, а також акумулюють 56,7% взаємного притоку і 71% експорту іноземних інвестицій [6, Р. 16-17]. Північна Америка є найважливішим місцем експорту ПІІ з країн ЄС – регіон приймає близько третини від загального обсягу ПІІ ЄС. Обсяг експорту ПІІ з ЄС до США в два рази більший ніж припадає на другу найважливішу країну для європейських інвестицій – Швейцарію.

Економічні перемови в рамках ТТІІ ведуться з метою знаходження консенсусу в трьох областях.

– Перша торкається таких питань, як доступ на ринок, усунення тарифів та нетарифних засобів і правила походження продуктів.

– Друга прагне до зближення або визнання суттєвої еквівалентності з питань регулювання торгівлі.

– Третя сфера прагне знайти загальну згоду щодо норм і стандартів, що стосуються таких питань, як інвестиції, права інтелектуальної власності, дискримінаційні промислова політика і державні підприємства.

Рівень лібералізації економік США та ЄС з погляду торгівлі та інвестицій вже досить велика. За даними СОТ, середній рівень митних тарифів досягає 5,2% в Європі і 3,5% у США [8]. Хоча середні рівні тарифів у взаємній торгівлі є відносно низькими, різні нетарифні бар'єри, такі як технічні та екологічні стандарти, санітарні норми і т.д. на обох сторонах Атлантики являють собою серйозними перешкодами на шляху поглиблення трансатлантичних торговельних та інвестиційних зв'язків.

Відсутність гармонізованого регулювання гальмує торгівлю і в інших секторах – від автомобілів до медикаментів. За оцінкою дослідницької компанії Eсогus, зниження нетарифних бар'єрів хоча б у два рази може підштовхнути зростання ВВП вгору на 0,7% в Європі і 0,3% в США в 2018 р. Основними бенефіціарами можливої лібералізації потраплять автоконцерни, хімічні та фармацевтичні компанії, виробники продовольчих товарів та електричного обладнання, а з американської сторони – банківські та страхові компанії [10. р. xviii].

Крім усунення бар'єрів у торгівлі товарами, країни націлені на значне полегшення торгівлі послугами. Серед послуг, фінансові послуги є одним з секторів з найвищими рівнем НТБ. У цьому секторі, бар'єри ЄС проти експорту США складають до 11,3%, у той час як американські бар'єри проти експорту ЄС, за оцінками, складає близько 31,7% [10.р.120-121]. Сторони розраховують, що переговори приведуть до лібералізації в таких секторах, як телекомунікації, електронна комерція, фінансові послуги, поштові та кур'єрські послуги, морський транспорт, забезпечивши рівноправну конкуренцію європейських і американських фірм і посиливши співпрацю регуляторів в майбутньому.

ТТІІ приведе стандарти і правила ЄС і США у відповідність один з одним без зниження стандартів споживача, здоров'я або екологічних стандартів. Компаніям більше не доведеться виробляти різні товари для ринків ЄС і США, допомагаючи їм знизити свої витрати. Споживачі виграють від більш низьких

цін і більш широкого вибору товарів, будучи впевненими, що вони відповідають найвищим стандартам безпеки.

ТТІР означає більше можливостей для бізнесу, більше зростання і більше робочих місць. Низькі ціни, широкий асортимент продукції, і впевненість, що продукти та послуги привезені з-за океану відповідають найвищим стандартам безпеки, буде також сприяти процвітанню більше 800 мільйонів громадян ЄС і США.

Дослідження, проведене владою ЄС виявили, що до 2027 р. угода може принести сукупні економічні вигоди у розмірі від 68 млрд € до 119 млрд € на рік для ЄС (0,3% до 0,5% від ВВП) та від 50 млрд € до 95 млрд євро (0,2% до 0,4% від ВВП) для США [12, Р.46-47]. За оцінками аналізу Центру з досліджень економічної політики (CEPR), на замовлення Міністерства підприємництва, інновацій та ремесел, вигоди для Великобританії становитимуть в діапазоні від 4 млрд до £ 10 млрд на рік (0,14%-0,35% від ВВП) до 2027 року [13. Р. 31]. По обидві сторони Атлантики можуть бути створені 2 мільярди робочих місць. У разі Франції, наприклад, це додасть 0,5% зростання і 121 тис. робочих місць. Однак остаточний ефект буде залежати від реального масштабу інтеграції [12. Р.49-55].

ТТІП також є важливими для власних цілей кожного партнера. США вкрай зацікавлені в ТТІР – не тільки в цілях економічного протистояння з Китаєм, але й отримання величезного і платоспроможного ринку для своєї продукції. Якщо подивитися на цей процес у глобальному масштабі, то стають зрозумілими цілі США, які вже уклали договір про вільну торгівлю з Азіатсько-Тихоокеанським регіоном, який охоплює 12 країн регіону – без Китаю. ТТІП покликане стати альтернативою АСЕАН і АТЕС, які США вважають недостатньо ефективними. Воно має забезпечити контроль США над тихоокеанською зоною в протипагу Китаю.

Найбільш складним питанням у переговорах є норма угоди, що дає можливість застосування іноземними інвесторами інструменту міжнародного публічного права щодо регулювання спорів між інвесторами та державами (Investor-State Dispute Settlement – ISDS). Даний інструмент надає інвестору можливість використання процедур врегулювання спорів з урядами приймаючих країн. Норми ISDS дозволяють міжнародним компаніям обходити національні суди і дають право урядам висувати позови про відшкодування шкоди від втрачених інвестицій. Багато критиків ТТІП, що представляють європейську сторону, розцінюють наявність такого інструменту як втрату національного суверенітету. Разом з тим критика ISDS викликає деякий подив, оскільки угода про зону вільної торгівлі між ЄС і Канадою, укладена в грудні 2014 року, містить зазначений механізм захисту інвестора. Інструмент ISDS вже деякий час застосовується у світовій практиці. Наприклад, в угоді про створення NAFTA (глава 11) і в Енергетичній хартії.

Угода про вільну торгівлю між США і ЄС матиме важливе значення і для України в контексті забезпечення постачанням природного газу. Видобуток газу в США зріс з 54 млрд. куб. м. в 2007 р. до 319 млрд. куб. м. в 2013 р. і уряд



США шукає ринки збуту для своєї продукції. Для порівняння, весь російський експорт природного газу в 2013 році склав 230 млрд. куб. м. Для реалізації виконання цього плану, деякі країнах Європи і США, розпочали будівництво логістичної інфраструктури. Наприклад, в 2015 році буде закінчено будівництво СПГ-терміналу Cheniere Energy's Sabine Pass в штаті Луїзіана, а в 2018 році на території США почнеться будівництво ще п'яти терміналів [16]. США наприкінці 2015 р. планує почати поставку американських енергоносіїв на європейський ринок. В цьому контексті в Україні обговорюється план зведення великого газового терміналу під Одесою.

**Список використаних джерел:**

1. IMF World Economic Outlook. Database, April, 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.imf.org>.
2. Office of the United States Trade Representative [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ustr.gov/countries-regions/europe-middle-east/europe/european-union>.
3. The Transatlantic Economy 2014: Annual Survey of Jobs, Trade and Investment between the United States and Europe. Volume 2, .- 36 p.
4. European Commission . Countries and regions:United States . [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/united-states/>.
5. EUROSTAT. International Trade. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/international-trade/data/main-tables>.
6. EUROSTAT. The Transatlantic Economy 2014: Annual Survey of Jobs, Trade and Investment between the United States and Europe. Volume 2,, - 112 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://transatlanticrelations.org/sites/default/files/TE2015\\_CompleteBook.pdf](http://transatlanticrelations.org/sites/default/files/TE2015_CompleteBook.pdf).
7. D. Hamilton and J. Quinlan, “The Transatlantic Economy 2015: Annual Survey of Jobs, Trade and Investment between the United States and Europe” Washington, D.C., CTR, 2015. – 14 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://spotidoc.com/doc/865729/the-geostrategic-implications-of-ttip/>
8. World Trade Organisation. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/tariffs\\_e/tariff\\_data\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/tariffs_e/tariff_data_e.htm).
9. Торг уместен. Возможна ли единая зона свободной торговли между США и ЕС?// World Economic Journal. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://world-economic.com/ru/articles\\_wej-265.html](http://world-economic.com/ru/articles_wej-265.html).
10. ECORYS Nederland BV. Non-Tariff Measures in EU-US Trade and Investment. - Rotterdam, 2009. – 197 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/december/tradoc\\_145613.pdf](http://www.trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/december/tradoc_145613.pdf).
11. European Commission Executive Summary of the Impact Assessment on the Future of the EU-US trade Relations. Strasbourg, 12.3.2013. SWD(2013) 69 final. - 7 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/ia\\_carried\\_out/docs/ia\\_2013/swd\\_2013\\_0069\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/ia_carried_out/docs/ia_2013/swd_2013_0069_en.pdf).

12. J. François et al., Reducing Transatlantic barriers to trade and investment. Centre for Economic Policy Research, London. March 2013. – 116 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/march/tradoc\\_150737.pdf/](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/march/tradoc_150737.pdf/)
13. Estimating the Economic Impact on the UK of a Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) Agreement between the European Union and the United States. Centre for Economic Policy Research, London. March 2013. – 67 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/198115/bis-13-869-economic-impact-on-uk-of-transatlantic-trade-and-investment-partnership-between-eu-and-us.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/198115/bis-13-869-economic-impact-on-uk-of-transatlantic-trade-and-investment-partnership-between-eu-and-us.pdf).
14. F. Erixon and M. Bauer, “A Transatlantic Zero Agreement: Estimating the Gains from Transatlantic Free Trade in Goods”, ECIPE Occasional Paper No. 4/2010, Brussels, ECIPE 2010. – 20 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vci.de/vci/downloads-vci/ecipe-taza-study-20101001.pdf>.
15. D. Gros and C. Alcidi (eds), “The Global Economy in 2030: Trends and Strategies for Europe”, CEPS, Brussels, November 2013.- 135 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://europa.eu/espas/pdf/espas-report-economy.pdf>.
16. Віталій Кравченко. Трансатлантична торгівля: спільний ворог зближує конкурентів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/nation/1386243-transatlantichna-torgivlya-spilnij-vorog-zblizhue-konkurentiv>).
17. World Trade Organisation. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/region\\_e/region\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/region_e/region_e.htm)

**О.Л. Каніщенко**, д.е.н., професор,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ АДМІНІСТРАТИВНИХ ОБМЕЖЕНЬ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ**

Активна інтернаціоналізація суттєво позначається на характері бізнес поведінки суб'єктів міжнародного підприємництва, які в умовах інтенсивної і швидкої глобалізації товарних ринків трансформують управлінські пріоритети від закритого етноцентризму у напрямку відкритого і прозорого геоцентризму. Формується єдиний економічний простір зі стандартизованими управлінськими інструментами міжнародного маркетингу і уніфікованими потребами глобального споживача.

Водночас, у сучасному світовому економічному просторі відчуваються впливи двох протинаправлених тенденцій: доцентрової, що є позитивною, підтримуючою розвиток міжнародного співробітництва, і відцентрової, зміст якої у розмежуванні економічних інтересів, що позначається негативно,

гальмуюче на розвитку міжнародних економічних зв'язків та звужує можливості мирного узгодженого співіснування економічних систем, зростанні соціокультурних протиріч і провокуванні військових конфліктів.

Ця проблема потребує глибокого дослідження, зокрема, визначення теоретичних засад і потенційних ефектів від застосування міжнародних економічних обмежень, таких як:

- визначення сутності, форм і методів адміністративних обмежень, що реально впливають на розвиток міжнародних товарних ринків;
- виявлення позитивних та негативних наслідків адміністративних обмежень для суб'єктів міжнародного підприємництва;
- усвідомлення динаміки та напрямів трансформації товарних потоків під впливом адміністративних обмежень;
- обґрунтування державних заходів стабілізації економічного розвитку країн після застосування міжнародних адміністративних обмежень.

Дослідження питання у такому ракурсі дозволить виявити глибинні детермінанти міжнародних адміністративних обмежень і обґрунтувати доцільність їх застосування у тій чи іншій економічній ситуації. А також визначити найбільш впливові інструменти протидії економічній агресії або недобросовісній конкуренції.

Протягом останніх років у світі посилились економічні і політичні протистояння, викликані протиріччями сучасної глобалізації. Така ситуація неминуче стимулювала спалах інтересу до проблеми економічного конфлікту в професійній літературі. Західні і українські вчені-економісти, юристи і бізнесмени-практики намагаються з'ясувати економічну сутність міжнародних економічних санкцій. Проте не всі вважають, що розрішення міжнародних економічних конфліктів є виключно проблемою економічних перемовин і окремих обмежувальних заходів.

До останнього часу у світі застосування адміністративних обмежень не носило системного характеру. Тому ця проблема висвітлювалась переважно з точки зору юридичної науки у процесі вирішення локальних торговельних суперечок з позиції правомірності, інтенсивності, територіального або галузевого охоплення, юридичних прецедентів та правових наслідків тих чи інших міжнародних адміністративних обмежень. У мирному співіснуванні суб'єктів міжнародної торгівлі проблема полягала переважно у симптоматичній протидії формам прихованого протекціонізму, зловживання національними стандартами або дискримінаційного застосування національного оподаткування для зниження конкурентоспроможності імпортованих товарів (у порівнянні з вітчизняними), порушення правил режиму найбільшого сприяння (РНС), викривлення торгівлі шляхом субсидування окремих видів виробництва, зловживання дозволеними СОТ антидемпінговими засобами, провокування протиріч між національними регуляторними нормами та відповідними нормами торговельних партнерів, необґрунтованих міжнародних претензій тощо.

До останнього часу у світі розвивалась в цілому позитивна тенденція до скорочення кількості міжнародних адміністративних обмежень, які переважно

застосовувались в порядку самопомоги, самооборони (реторсії, репресалії, дзеркальні майнові санкції, розірвання або призупинення дипломатичних чи консульських відносин тощо) на фоні зростання обсягів міжнародної торгівлі. Це можна визначити великим досягненням людської цивілізації, коли економічні і соціокультурні пріоритети стали домінуючим фактором світового розвитку.

**O.O. Okhrimenko**, Doctor of Economics, Prof.,  
National Technical University of Ukraine  
“Kyiv Polytechnic Institute”

### **CRISIS AND NATIONAL BRAND OF UKRAINE: POINTS OF CONTACT**

Positive changes in the development of the country form its positive image, increase the value of national brand. In turn, this allows us to conclude profitable contracts, to attract investment to influence the international policy. The crisis in the economy and politics worsen international status of the country, reduce the value of its brand and isolated from all the benefits and privileges of international level.

The book “Marketing Places: attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations” is considering marketing as a mechanism for the comprehensive promotion of territories [1].

Anholt S. notes that the branding of the country is a systematic, sequential process of coordination, behavior, investment, innovation and communication in order to implement the country's national security strategy and competitive identity. Analyzing the factors that influence the popularity of State (culture, tourist interest, politics, economics, social climate, and so on) scientist formed a rating of attractiveness [2]. According to the method of calculation by S. Anholt, the key components of nation brand are [3, p.45, 75]: exports; governance; culture and heritage; tourism; investment and immigration; people.

Researchers associate the concept of nation branding with investment climate, level of tourist interest, its attractiveness for life and education, demographic, environmental, economic and social aspects, urbanization and more.

Marketers, regionalists, geopolitics, political science and other specialists study a national branding, which performs a number of functions aimed at the development of the state [4, p.109]:

Firstly, internal branding helps to overcome the state of conflict and absenteeism in the society, the development of patriotism and identity.

Secondly, the international branding of the state helps to form a completely different perception of their own country, attitude of other States and its citizens to the state. The positive international image of the country helps to consolidate political successes on the world stage, to build the necessary the associative array, practically any act of the state.

According to the concept by E. Galumov there are three groups of factors forming the image [5, p. 200-202]:

1) Conditionally static factors: natural potential; national and cultural heritage; unregulated geopolitical factors; historical facts which have a significant impact on the development of the country; a form of government and governance structure.

2) Adjustable conditional dynamic sociological factors: socio-psychological state of society; the character and principles of public associations, forms of social and political integration; moral and ethical aspects of social development.

3) Adjustable conditional dynamic institutional factors: economic stability; legal space; the functions, powers and mechanisms of state regulation of various spheres of public life; the efficiency of domineering structure.

At the end of 2014 the fall in industrial production was 10%, but at the end of January 2015 – more than 21%. The fall of the economy is accelerating – and not just in the east of Ukraine. During January 2015 the fall in industrial production in Kiev amounted to more than 40%. Agriculture of Ukraine really showed growth of 2.8% in 2014, but at the end of January 2015 there is a decline in this sector. A new taxes for agricultural companies, the rising cost of energy and fertilizers in the absence of lending do not encourage positive results.

The political decision of the government to terminate the Ukrainian machine-building production cooperation with Russian industry has led to negative consequences.

Ukrainian distributors have participated in many segments of the Russian market as a manufacturer of finished products, as well as suppliers of parts and components of critical import for the Russian military-industrial complex.

Destructive trends in production programs and the devaluation of the Ukrainian currency have had a negative impact on real wages. Real wages of Ukrainians in September 2015 decreased by 18.6% compared to September 2014 [5].

Loss of markets affected the Ukrainian export. In January-August 2015, Ukraine exported goods increased by \$ 24.8 bln - 34% less than the same period of 2014. If we compare with the same period of 2013, the drop in exports was more than 40%. One reason for this situation is the destroyed infrastructure of Donbass and stopping several enterprises of Donetsk and Lugansk regions, which play an important role in the Ukrainian industry and largely provide foreign inflows into the country.

The gap of economic relations with Russia worsened the foreign trade situation. On the one hand Ukraine, angered by Russia's aggression and thus forced to abandon trade cooperation with the aggressor country, but on the other hand, it's more the economy loses Ukraine than in Russia. The Russian market is a market for Ukrainian engineering, so closing this segment actually led to the closure of many machine-building enterprises.

The slowdown of the world economy, especially China resulted to an excess of the metal on world markets, and in such circumstances, the demand for Ukrainian metal fell. Ukraine's economy is influenced by problems of the eurozone: the Greek

debt crisis, the problems of Spain, Ireland, Italy, the ban on the supply of products from Europe to Russia reduced demand for Ukrainian products.

In spite of numerous seminars and workshops on export opportunities in the EU in the framework of a free trade zone, the new Ukrainian brands do not appear in the European market. EU considers Ukraine only as a supplier of cheap raw materials, primarily grain, iron and iron ore. As for finished industrial goods, the EU wants Ukraine to sell them. Ukrainian exports are now saving Iraq, Iran, Turkey, Egypt and China.

The decline in oil prices led to a decline in demand for the metal. Many countries have frozen their building projects. Demand for machinery and vehicles decreased. As a result, Ukraine for the first eight months of 2015 has exported metal 22% less than the same period in 2014. But the drop in demand for the metal has led to a fall in metal prices in the world. During eight months of 2015, average metal prices in the world fell by 92%. As a result of the general fall in export revenues from metal sales abroad in 2015 in 2 times in comparison with last year.

Ukraine for the first eight months of 2015 has put the grain abroad 16% more than last year, but grain prices have fallen by 22% due to the fall in oil prices. As a result, total export revenues from the sale of grain for the first eight months of 2015 turned out to be 9% lower than the same period last year.

Since the beginning of this year, Ukraine has received from international partners almost \$ 10 billion financial aid. Due to the money replenish reserves of the NBU and financed by the state budget expenses. So the total amount of loans granted by the IMF is already net of the repayment of old loans to the IMF on September 1, 2015 amounted to 12.999 bln. USD. The total amount of foreign reserves in Ukraine on September 1, 2015 amounted to 12.616 bln USD. That is, they are replenished by the IMF. By the end of this year, Ukraine has the opportunity to receive an additional about \$ 4 billion. The next tranche of the IMF's \$ 1.7 bln. and 2.3 bln. due to other international organizations.

The total government debt Ukraine totaled 70.6 bln. USD on 01.09.2015 year. According to preliminary estimates of government debt to GDP ratio at the end of 2015 will be 83%. At the end of 2013 debt to GDP ratio was only 42%.

Internal public debt represented by the bonds of domestic government loan. Of the total of about 492 bln. UAH, 75% bought the NBU thus financed through the issuance of domestic debt of Ukraine hryvnia. Guaranteed domestic debt amounted to about 26 bln. UAH [6].

External public debt at 01/09/2015, amounted to 46 bln. USD. For comparison, at the end of 2013 the foreign debt amounted to 37 bln. USD. On 01/09/2015, Ukraine owes the IMF almost 13 billion. USD., Or 28% of all foreign debts. About 18 bln. USD. constitute Eurobonds Ukraine (bonds of external state loan), which is now the Ministry of Finance wants to restructure. In addition, the government should the EU nearly 2.5 bln. USD. The EBRD about 1 bln. USD, the EIB 500 mln. USD, almost 5 bln. USD to World Bank and about 1.5 bln. USD China.

According to Brand Finance Ukraine took first place in the group “Worst Performing Nation Brands”. Russia is another country increasingly heavily involved

in the conflict, not to mention one on its doorstep in Ukraine. Both Russia and Ukraine saw their nation brands suffer heavy losses between 2013 and 2014 thanks to the detrimental impact of the conflict on investor and consumer perceptions. This year is no different. Russia is down 31% to US\$810 bln. and Ukraine 45% to US\$44 bln. (Nation Brands, October 2015).

#### **References:**

1. Kotler Ph. Haider D., Rein I. Marketing Places: attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations, New York: The free press. - 1993.- 892 p.
2. Anholt S. "Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations," Exchange: The Journal of Public Diplomacy: 2011.- Vol. 2: Iss. 1, Article 1. Available at: <http://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>
3. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. 1 edition. New York, 2007.- 134 p.
4. Tastenov A. Features and problems of formation of the country's rating in Kazakhstan, KAZENERGY, 2007.- p.108-111.
5. Галумов Э. Международный имидж России: стратегия формирования. М.: Известия, 2003.- 446 p.
6. НБУ, Макроекономічний та монетарний огляд, Вересень 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=22214002>
7. Національний банк України. Показники грошово-кредитної політики НБУ, Балансовий звіт. – 2010-2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat\\_id=57896](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=57896)

**Е.В. Прушківська**, д.е.н., професор,  
Запорізький національний технічний університет

### **МІЖНАРОДНИЙ ПОДІЛ ПРАЦІ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПЕРВИННОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

На сучасному етапі міжнародний поділ праці, і як наслідок, вся структура світового господарства наскрізно охоплена якісними змінами. Якщо розглядати світове господарство як внутрішню суперечливу єдність національних економік, які пов'язані міжнародним поділом праці, торговельно виробничими, фінансовими та науково-технічними зв'язками, то звідси слідує, що міжнародний поділ праці як пов'язує, так і роз'єднує національні господарства. В цілому на сучасному етапі міжнародний поділ праці характеризується розвитком спеціалізації та кооперуванням виробництва прогресивних технологій, що зумовлює деіндустріалізацію та неоіндустріалізацію у промислово розвинених країнах; поглибленням спеціалізації у сфері продукування знань та поширення інформації; інтернаціоналізацією сфери

послуг; тісним переплетінням продажу послуг з виробництвом і збутом товарів; експортом капіталу; загостренням конкуренції на міжнародних ринках.

Важливо зазначити, що ефект від участі у міжнародному поділі праці з точки зору окремого експортера чи імпортера не обов'язково співпадає із загальним ефектом для національної економіки. Про нерівномірність вигод від міжнародного поділу праці може також свідчити залежність розвинених країн від постачання сировини із країн, які розвиваються і країн із трансформаційною економікою, тобто тих, які мають сировинну орієнтацію експорту. В більшості країн із розвинутою економікою рівень споживання природних ресурсів більше, ніж їх наявний обсяг. Ресурсний дефіцит покривається за рахунок імпорту переважно із країн, які розвиваються. Значні сировинні потоки рухаються в три основні центри їх переробки: Північну Америку, Західну Європу, Південну та Південно-Східну Азію. Міграційні потоки сировини між розвиненими країнами і країнами, що розвиваються безпосередньо відображаються і на структурі національної економіки. Зокрема, в країнах із розвинутою економікою, первинний сектор, який поєднує галузі, пов'язані із видобутком сировини та її переробкою в напівфабрикати, а також галузі сільського господарства, лісового господарства та рибальства, займає незначну частку (частка ВВП у первинному у загальній структурі складає 0,8-2,1%). Тоді, як в країнах, що розвиваються, частка первинного сектору складає 25-60%.

Сучасний етап цивілізаційного розвитку характеризується постіндустріальною стадією, а домінування первинного сектору в структурі національної економіки свідчить, як правило, про низький рівень економічного розвитку країни. Прикладом цього є країни Африки, в яких більша частина населення зайнята в сільському господарстві, а рівень життя населення залишається вкрай низьким і економіка має не диверсифіковану структуру. Зазначимо, винятком є країни, в яких первинний сектор містить значну частку видобувних галузей і є основою економіки багатих країн Перської затоки а економіка має високі темпи економічного зростання та високий рівень життя населення. В цілому, країни, які багаті природними ресурсами, а життєздатність національної економіки забезпечується за рахунок експорту сировини на світовий ринок, мають монопрофільну структуру економіки. Така структура призводить до зниження конкурентоздатності інших секторів економіки, посилює залежність від світової кон'юнктури цін на даний ресурс, і в цілому, «сировинні доходи» дозволяють функціонувати національній економіці за даної економічної політики, яка породжує застій та стагнацію.

Світова глобальна криза 2007-2008 рр. вкотре продемонструвала, що домінування сировинних галузей у структурі національної економіки є однією із причин нестійкого економічного зростання та її залежності від коливання світової кон'юнктури. Статистичні дані свідчать, що в період сприятливої світової кон'юнктури країни із сировинною спеціалізацією традиційно входять до числа лідерів за темпами економічного зростання. В період спаду економічної активності зниження експортних доходів у поєднанні із недиверсифікованою структурою експорту, яка обмежена у внутрішніх



джерелах зростання, веде до підвищення ймовірності тривалої стагнації, що спостерігаємо в країнах із трансформаційною економікою на сучасному етапі. Рішення цієї проблеми знаходиться у подвійній площині: по-перше, пасивне очікування покращення стану світового господарства, по-друге, перехід до активної політики управління економічною спеціалізацією на національному рівні.

Важливо зазначити, що ця закономірність кризових явищ діє в усіх країнах світу. Не є виключенням і країни із трансформаційною економікою пострадянського простору, які входили в систему міжнародного поділу праці переважно за рахунок експорту сировини. На формування структури економіки цих країн вплинуло: з одного боку, наявність ресурсного потенціалу, а з іншого – технологічна відсталість сільського господарства і промисловості, яка не дозволяє ефективно використовувати сировину, яка видобувається, і переробляти її на товари збільш високою доданою вартістю в національній економіці. Переробка сировини дозволить покращити рівень поділу праці в національній економіці, а також є потенціалом щодо збільшення ВВП, та в перспективі вихід на міжнародні ринки із готовою продукцією, а не сировиною.

Характеризуючи первинний сектор на світовому рівні, зазначимо, що гірничодобувна галузь як складова первинного сектору є однією із провідних галузей глобальної економіки. За даними британського періодичного видання «Financial Times» ця галузь займала 5-те місце у світі за рівнем капіталізації великих компаній у посткризовий період [1]. Аналізуючи функціонування гірничодобувної галузі в посткризовий період підкреслимо, що перерозподіл часток у валовому галузевому доході здійснюється на користь країн, які розвиваються. Підкреслимо, що деякі високорозвинені країни (США, Канада, Австралія) володіють значними запасами корисних копалин і навіть є світовими лідерами з видобутку окремих видів сировинних ресурсів, але частка добувних галузей у загальній структурі ВВП складає в середньому 2%, тоді як в країнах, які розвиваються 14% [2]. Це свідчить про те, що економіка високорозвинених країн диверсифікована і має розгалужену промисловість та сферу послуг у яких створюється лівові частка ВВП.

В посткризовий період гірничодобувна галузь продовжує демонструвати більш високі показники порівняно із ринком в цілому на глобальному рівні. Процеси транснаціоналізації на сучасному етапі в гірничодобувній галузі посилюються. ТНК є безпосередніми учасниками всього спектру світогосподарських зв'язків, а в коло їх інтересів входить більшість країн світу. За даними Міжнародної Енергетичної Агенції (МЕА) сьогодні 10 ТНК видобувають більше 2/3 нафти і газу, 90% вугілля, виробляють 55% атомної і 68% гідроенергії. Для нафтогазового комплексу характерна вертикальна інтеграція, але за останній період більшість ТНК освоюють альтернативну енергетику і разом із тим виводять на аутсорсинг обслуговування свердловин, нафтопереробку і реалізацію нафтопродуктів. ТНК в гірничодобувній галузі розширюють свою діяльність і розробка родовищ як правило ведеться в регіонах із недостатньо розвиненими демократичними інститутами та

незрілими системами управління. Тобто відбувається «сировинна експлуатація» транснаціональними корпораціями країн, що розвиваються. Відповідно сучасному міжнародному поділу праці притаманна "традиційна" спеціалізація розвинених країн на експорті промислових товарів; а країн, що розвиваються, – на експорті сировини.

Мінерально-сировинний комплекс – це не тільки ресурси для поточного виробництва, але й багатство нації для майбутніх поколінь. Саме тому дбайливе відношення до нього є нагальною потребою сьогодення. Викачування ресурсів національними та транснаціональними компаніями спрямоване на досягнення своїх поточних цілей, а не на вирішення глобальних проблем людства. Тому не потрібно змішувати поняття «марнотратства» і швидкого збагачення з «викликами глобалізації». З політекономічної точки зору, капітал як прагнув до збагачення від самого свого зародження, так і діє в умовах посилення глобалізаційних процесів не звертаючи увагу на кордони.

**Список використаних джерел:**

1. Financial Times. FT 500 2014. Global 500. 2014 sector ranks [Електронний ресурс]. – Електрон. дані.– Режим доступа : <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/988051be-fdee-11e3-bd0e-00144feab7de.html#axzz3Z9jNaQVI>
2. Statistical Yearbook (fifty third issue) // United Nations, 2009. – New York. – 827 p. [Електронний ресурс]. – Електрон. дані. – Режим доступа : <http://unstats.un.org/unsd/syb/syb53/SYB%2053%20Final%2020%20jan%202010.pdf>.

**О.С. Телетов**, д.е.н., професор,  
Сумський державний університет

**ПРИЧИНИ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ  
УКРАЇНИ**

Події останнього двадцятиріччя різко вплинули на стан людства головним чином завдяки інноваційним змінам складових його розвитку. Криза в політиці, глобалізація в економіці, нівелювання моралі накладаються на загальні проблеми цивілізації: світ стає жорсткішим, відновлюється боротьба за ресурси, виникає більше і більше точок військових конфліктів тощо. Все рельєфніше постає питання, як Україні з огляду на існуючі реалії інтегруватися в світове співтовариство і знайти в ньому гідне місце.

Сучасна нова цивілізація глобалізованого світу, заснована на електронній системі комунікацій замість книжної, з одного боку дала більші можливості у задоволенні потреб споживачів, з іншого ж – породила такі потреби, що нарощувати споживання із-за обмеженості ресурсів, демографічних, екологічних та інших проблем світ не має можливості. Вступивши до СОТ Україна остаточно вписалася у циклічні явища світової економіки і, якщо ще

чверть століття тому з України вивозили, наприклад, електричні плитки, бритви, праски, сантехніку тощо вітчизняного виробництва, що повністю домінували на українському ринку, десять року тому вони на рівних конкурували разом із російськими, польськими, турецькими та китайськими виробами, то на сьогодні на прилавках практично залишилися тільки аналогічні товари з Китаю.

Оскільки Україна здатна виробляти певні складні технічні товари широкого вжитку та товари промислового призначення, експортувати деякі види енергії, матеріалів й різні сільськогосподарські продукти, цілком природно було б сподіватися на її сталий соціально-економічний та політичний розвиток. Але, на жаль, цього не відбулося. Чому?

По-перше, причина у протиріччях задекларованих намірів та дій: запропоновано економічний порятунок у адміністративних та економічних реформах, зміцненні партнерських стосунків між суб'єктами економічної діяльності, імпортозаміщенні тощо, але на практиці підприємства намагаються вийти з кризового стану самотужки, за кордоном все більше купуються інноваційні вироби, вузли, блоки чи агрегати, що раніше вироблялися в Україні, чим підвищується її залежність від інших країн.

По-друге, теоретично добре опанований в Україні маркетинговий інструментарій не підвищує конкурентоспроможність вітчизняних підприємств через те, що реалізувати його на великих підприємствах практично не можливо, бо при виході на ринок на перший план виходять зовсім інші чинники, а малі (підприємства) так і не мають в економічному розподілі вироблюваної продукції істотної частки.

По-третє, вже протягом одного покоління економіка міцно переплетена з політикою і, помножена на менталітет народу, не дає змоги запропонувати необхідні стратегії розвитку. З досвіду ані Прибалтійських країн, кожна з яких можна порівняти з середньою областю України, ані Грузії, яка може слугувати за аналог Одеської області, ані країн Східної Європи, більшість з яких можна прирівняти до Галичини чи з Донбасу, ані Крим, з туристично спрямованою економікою на кшталт балканських країн Хорватії або Чорногорії, на практиці запозичити нічого, бо Україна за площею, населенням і аграрно-промисловим потенціалом належить до провідних країн Європи.

По-четверте, все зростає диспропорція в економічному розвитку Києва і регіонів, внаслідок чого Україна, ще нещодавно досить рівномірно й пропорційно заселена, все більше наближається до російської, азійської чи африканської моделей, у яких провінція відчужена від столиці.

Тому, оскільки за класичним висловом політика є продовженням економіки, то, наприклад, зміна податкової системи у бік сплати податків в місті розташування об'єкта економічної діяльності має передувати адміністративній реформі, політика протекціонізму по відношенню до вироблюваних в Україні товарів спонукати до їх імпортозаміщення, загальнодержавні соціально-економічні пріоритети розвитку країни призводити до партнерських стосунків між вітчизняними підприємствами, на формування

та організацію яких накладаються маркетинг, інноваційна діяльність й відповідні стратегії розвитку.

**І.В. Бакушевич**, к.е.н., професор,  
**Д.Я. Гоцинська**, старший викладач,  
Тернопільський інститут соціальних та інформаційних технологій

## **СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ ЗНАНЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ**

Однією з найбільш визначних ознак наших часів є прогресуюча глобалізація майже всіх сфер суспільного життя – економіки і політики, екології і права, праці і відпочинку, науки і освіти, виробництва благ і їх споживання, в тому числі таких нових товарів і послуг, як інформація та інформаційно-комунікацій послуги, а також знання та освітні послуги. Незвично динамічні і бурхливі зміни в економічних зв'язках між окремими континентами, країнами та регіональними угрупованнями, свідками і учасниками яких стали українські та зарубіжні науковці і практики багатьох країн світу, були викликані трансформаціями в процесі формування «нової економіки», розвитку світового ринку знань, інновацій та інтелектуальної власності. Нова економіка на межі ХХ і ХХІ століть – як пише польський вчений Ф. Кравець – є результатом змін, спричинених адаптацією інноваційних технологій до бізнесових практик, зростаючою конкуренцією, яка веде до значного і тривалого зростання продуктивності [1].

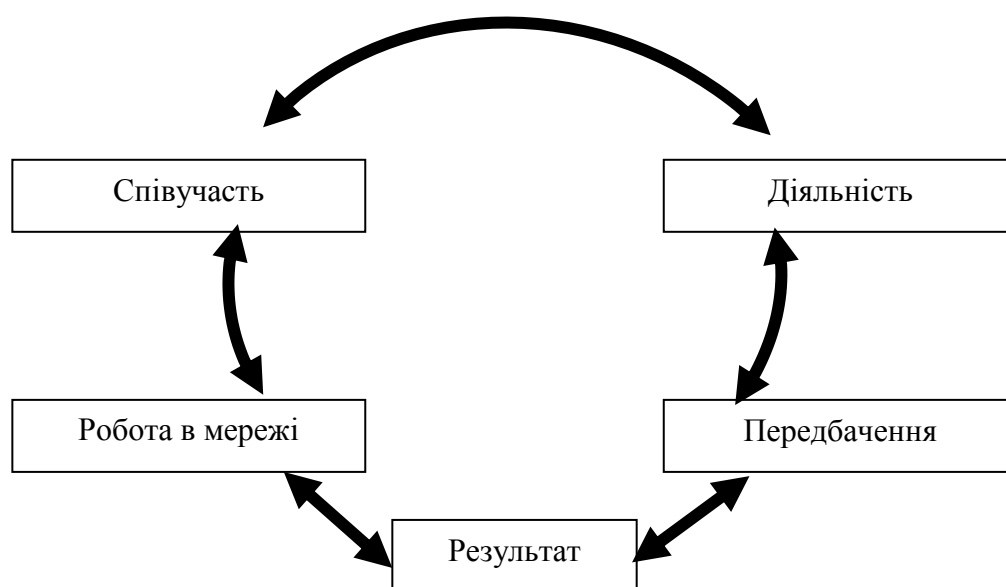
Основним джерелом здобуття конкурентних переваг окремих підприємств і національних економік держав на глобальному рівні стають знання, що інтерпретуються в компетенції і вміння, набуті конкретними працівниками конкретних підприємств, організацій, інституцій, лідерами конкретних політичних партій і рухів, мешканцями окремих міст, територій, регіонів.

Регіоном, як стверджує багато сучасних авторів, можна керувати подібно, як і підприємством, установою, школою, чи іншою організацією. Проте, таке керування повинно базуватись на одночасному поєднанні принципів регіональних ринкових свобод та конвергенції збалансованих управлінських рішень на регіональному, міжрегіональному, транскордонному, глобальному рівнях [2-4]. В свою чергу успішний економічний розвиток регіонів залежить від компетентності незалежних суб'єктів господарювання, тобто здатності накопичувати, поширювати і використовувати знання.

Поняття «регіону знань» набуло сучасного значення наприкінці минулого століття разом з виникненням проявів цієї самої нової економіки і з розповсюдженням інформаційно-комунікаційних технологій та Інтернету. Інтернет створив технічні можливості для швидкої і легкої передачі величезних об'ємів інформації, що в істотний спосіб вплинуло на прискорення дифузії інновацій та застосування інноваційних рішень у всіх сферах управління

суспільними процесами. Використання принципів дифузії відкритих інновацій на основі ІКТ та Інтернету помітно вплинуло на стимулювання попиту і відповідно збагатило ринкову пропозицію нової продукції і нових послуг, а тим самим створило передумови виникнення організаційних, а також маркетингових інновацій як на глобальному, так і на регіональному рівнях сучасної економіки [5].

Як свідчить досвід багатьох європейських країн, в тому числі сусідньої Польщі, дієвим методом регіонального менеджменту інноваційного розвитку є форсайт, що визначає прогностичні сценарії стратегічного розвитку економіки, інших сфер суспільства у довгостроковій перспективі від впливом зовнішніх глобальних можливостей і загроз, а також внутрішніх сильних та слабких сторін різних сфер економіки конкретного регіону. Загальною ціллю форсайту є створення та постачання знань про майбутнє, цінного інтегрованого вкладу в стратегії розвитку, мобілізація до згуртованих стратегічних дій всіх ключових керівників даного регіону. Застосування форсайту передбачає залучення представників влади, промисловості, неурядових організацій, університетів та дослідних організацій, а також громадських активістів до відкритої, цілеспрямованої дискусії над майбутнім [5, с.189]. Застосування методу форсайту, його елементів в процесі планування регіонального розвитку показано на рис. 1. Основним елементом є визначення очікуваного результату, яке залежить від передбачення майбутнього, а також від стану співучасті інституцій і осіб, що діють на користь формування результату.



**Рис.1. П'ять елементів регіонального форсайту**

*Джерело:* [5, с. 190]

Спроба побудови регіону знань в конкретному регіоні в умовах глобалізації освітніх послуг вимагає визначених людських, інформаційних, матеріальних та фінансових ресурсів, відповідного правового регулювання,

співпраці влади, багатьох ділових осіб та науково-освітніх інституцій. Щоб створити необхідні умови для започаткування в даному регіоні своєрідної ланцюгової реакції мережевої взаємодії освіти-науки-бізнесу-влади-громади потрібно спочатку створити визначену «критичну масу» інтеграторів знань, тобто здійснити процес кластерної взаємодії науково-освітніх центрів, а потім забезпечити передумови припливу приватного (у тому прямих закордонних інвестицій) капіталу.

Державне регулювання і фінансування процесу створення інноваційних кластерів знань в регіонах України можливе лише опосередковано. М. Портер у праці «Конкурентна перевага народів» ще в 1990 році написав: «Ефективною є така політика держави, яка призводить до формування сприятливого середовища, завойовування фірмами конкурентної переваги, а не така, яка безпосередньо втягує державу в цей процес, за винятком країн на ранній стадії розвитку. Ця роль, є швидше опосередкованою, ніж безпосередньою» [6].

Досвід країн ЄС щодо розвитку інноваційних кластерів показує, що вони як правило створюються стихійно на визначеній території, можуть підтримуватися місцевою владою, яка час від часу сприяє так званій «інституціоналізації кластера», тобто утворенню мережевих організацій, що сприяють розвитку кластера (об'єднання, торгово-промислові палати, науково-освітні центри, товариства тощо). В основному на утримання таких організацій ресурси повинні постачати самі потенційні учасники, наприклад, у формі внесків (об'єднання) чи участі власним капіталом (товариства), а місцева влада може підтримувати бюджет вищевказаних ініціатив, або ці ініціативи можуть отримати ресурси з програм Європейського Союзу.

Створення регіонів знань та їх мережевої взаємодії з глобальним освітнім середовищем на нашу думку повинно здійснюватися на основі ініціатив підприємців даної території, які щоденно співпрацюють і водночас конкурують між собою. Вони будуть спільно користуватись відкритими інноваціями, а також інформаційними, транспортними, фінансовими потоками, створюючи локальні міжорганізаційні мережі. Звичайно, на практиці не кожен учасник мережі співпрацює з усіма її членами. Практично функціонуюча мережа міжорганізаційної взаємодії значно скромніша, проте, навіть така форма заслуговує на визнання, контроль і підтримку з боку місцевої влади..

#### **Список використаних джерел:**

1. Krawiec F. Nowa gospodarka i wizja lidera firmy XXI wieku. – Warszawa: Difin, 2009. - s. 28-29.
2. Сторонянська І.З. Регіони України: пошук моделі конвергентного розвитку: Монографія/ Інститут регіон. досліджень НАН України. – Львів: Арал, 2008. – 144 с.
3. Мікула Н.А. Міжтериторіальне транскордонне співробітництво: Монографія. – Львів: ІРД НАН України, 2005. – 395 с.
4. Чужиков В.І. Глобальна регіоналістика: історія та сучасна методологія: Монографія. – К.:КНЕУ, 2008. – 272 с.

5. Регіони знань в Східній Європі: Монографія / [ наук. редактор Бакушевич І.В.]. - Тернопіль: ТІСІТ, 2010. – 256 с.
6. Porter, M. The Competitive Advantage of Nations, The Free Press, New York 1990.

**В.А. Єрмоленко**, к.е.н., доцент,  
Черкаський державний технологічний університет

### **ДЕРЖАВНІСТЬ У ДЕЗІНТЕГРАЦІЙНО-ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ ПОЧАТКУ ХХІ СТ.**

Світоглядною основою сучасного наукового економічного "літочислення" стала епоха Просвіти на її висхідній стадії. Суб'єктами його започаткування стали меркантилісти, які вважали багатством тільки золото, срібло та інші коштовності. Ця форма багатства збільшуються за допомогою позитивного торговельного сальдо. Оскільки це зовнішня торгівля, то основну роль у зростанні багатства повинна грати держава. Відповідно меркантилісти обґрунтовували зростання ролі держави у економічному розвитку країни, а значить і всього людства. З часом посилилася економічна роль держави і в середині країни. Економічний розвиток призвів до концентрації та централізації капіталу і до утворення монополій.

Між інтересами монополістичного капіталу і загальнодержавними інтересами виникла суперечність, внаслідок чого держава стала обмежувати монополістичні тенденції, наприклад, у вигляді антимонопольного законодавства. Але при цьому часто спостерігається діаметрально протилежна політична спрямованість держави в середині країни і на міжнародному рівні, оскільки держава стимулювала та заохочувала вихід монополій на світовий ринок і позитивно сприймала монополізацію будь якого сегменту світового ринку у власних етнічно-державних інтересах. Це також сприяло утворенню транснаціональних компаній (ТНК) та транснаціональних банків (ТНБ), які стали розвиватися згідно власною природою, а на заваді отримання прибутку вже стали державні інтереси тих чи інших країн. На світовому рівні практично відсутня законодавча боротьба проти ТНК та ТНБ.

Саме розвиток міжнародної торгівлі та утворення світового ринку, а також кардинальне змінення інформаційних та фінансових потоків у міжнародній економічній діяльності, з одного боку, призвів до прискореного розвитку людства, що несе в собі дезінтеграцію і посилення ролі особистості людини, що призвело до необхідності більше уваги приділяти нанорівневим сегментам виробництв, який забезпечує розвиток по вертикалі. Виробнича діяльність у прибутковій формі переважно горизонтальна, де переважає загальна уніфікація, а на заваді стали саме національно-державні утворення зі своїми інтересами. Щоб виокремити нові кількісні та якісні зміни інтеграційних процесів, в кінці ХХ ст. ідеологи космополітизму ці процеси стали називати глобалізаційними.

Розвиток людства відбувається у пульсуючих відцентрових та доцентрових тенденціях у вигляді дезінтеграційних та інтеграційних процесів. Дезінтеграція виникає внаслідок новоутворенням в мистецтві, науці, техніці, організації та управлінні виробництвом тощо, які власно і стають основою подальшого поступу людства по вертикалі. Інтеграційні процеси діють в основному по горизонталі у вигляді вже готової системи, внаслідок чого, як правило, підвищують коефіцієнт корисної дії цих новоутворень, але задіяні вони не на повний свій потенціал. У вертикалі є своя відносна горизонталь, а у горизонталі є своя відносна вертикаль. Система "цілком справедливо", але тільки у параметрах власного системного поля та низхідного етапу розвитку, а також хворобливої зацикленості на повсякденності, кон'юнктурності у новоутвореннях вбачає тільки свого власного ворога. І зовнішніх підстав для цього більше ніж достатньо, оскільки між системою і новоутвореннями виникає боротьба на знищення, внаслідок якої новоутворення перемагають і стають основою утворення нової системи. Перемагають новоутворення внаслідок неоднорідності старої системи, в якій зберігаються носії творчого сегменту, які в новоутвореннях відчувають і свою життєдайну спорідненість як "зі своїм іншим". Дезінтеграційні та інтеграційні процеси відбуваються в тісному взаємозв'язку та взаємозалежності. Водночас, ця гармонія відбувається через дії людей, а отже через крайнощі, які до того ж політизуються.

Ці крайнощі проявляються у вигляді космополітизму та нацизму. В певних координатах ці крайнощі у вигляді космополітизму в колишньому СРСР, і нацизму в Німеччині при Гітлері довели свою дієвість та економічну ефективність. З нацизмом нібито розібралися і пропаганда через його людину ненависть та деструктивність за собою тягне кримінальну відповідальність, а от із іншою крайністю справа ще не дійшла до цього рівня, хоча сумнозвісні Голодомор та ГУЛАГ є не менш злодійські у порівнянні, наприклад, з Голокостом. Зрівняння сталінізму з нацизмом є тільки початок цього процесу.

В. Іноземцев у передмові до книги У. Бека "Космополітичний світогляд" пише: "Спостерігаючи реалії початку ХХІ століття, я все більшою мірою переконуюся в тому, що для сучасного людства в цілому, як і для більшості народів, що його утворює, не існує більшого ворога, ніж держава" [1, с. XLIX]. Як і переважна більшість космополітів, він звик виступати від імені "прогресивного людства", в СРСР, а в даному випадку він взяв собі право виступати від імені "сучасного людства в цілому", "більшості народів." Але саме головне те, що риторика залишилася, користуючись тональністю автора, печерна, оскільки для демократичної та ліберальної спільноти притаманна інша ментальність і, відповідно, інший категоріальний апарат.

Стосовно віднесення державних утворень до ворогів, то без всяких сумнівів знищенню підлягають і патріотично налаштовані люди. А оскільки таких в кожній країні переважна більшість, то чим це відрізняється від ідеології А. Гітлера? Коли почалася Перша світова війна, комуно-більшовики на чолі з В. Леніним виступили з вкрай "патріотичним" гаслом: "Поразка царського уряду в цій війні!". Як можна виокремити уряд, державу, народ в цьому



деструктивному намірі в екстремальних умовах війни? В. Бек дає собі і іншим звіт, що втілення в життя космополітичних проектів без примусу неможливо. В колишньому СРСР це була диктатура пролетаріату. В. Іноземцев у передмові назвав В. Бека "Правозвістник прийдешнього". Н. Маккіавеллі підмітив, що з усіх пророків, правим залишається озброєний пророк. В наш час це й фінансово забезпечений пророк. Тільки їхні пророчества збуваються в негативному, переважно деструктивному річищі. А арена дії інколи нагадує не "Велику шахівницю", а "напърсточників".

В наш час стало аксіоматично розуміння того, що все в світі розвивається ритмічно та циклічно, шляхом нерівномірного розвитку країн та народів, в середині яких своїм чином проходить процес вертикальної мобільності людей.

Космополітичному світогляду в переважній більшості притаманна анти природна ментальність. Природна різноманітність віддзеркалювалася на людській спільноті етнічними різноманіттями. В своєму розвитку людство розселилося по всій Землі. Причини цього феномену не відомі. Більшість гіпотез зводиться до думки, що все це робиться як запобіжний захід задля самозбереження. Наприклад, похолодало на Землі. І тоді використовуються напрацювання народів крайньої півночі. Головною ж причиною такого феномену Б. Поршньов вважає перестороги людей задля того, щоб зберегти свою життєдайну різноманітність в мові, культурі, мистецтві, побуті, традиціях тощо. В цьому процесі, на його думку, "розвиток мислення є основною, генеральною лінією контрсугестії". Кожен етнос, як і кожна людина, має свою своєрідність та неповторність, а також живе у неповторній ритміці та у своєму індивідуально-неповторному часі. Етнічну різноманітність людства слід розглядати і розцінювати як багатство, аналогічно до генетичного різноманіття: "всередині тих, або інших груп людей, соціальних та етнічних спільнот, на думку В. Поршньова, самооборона від сугестії виливалась в диференціацію оточуючих..." [2, с. 10,21]. Дійсно, мислення є перепорою для сугестії, але через розум, завдяки йому сугестія через інформацію і "спрацьовує". Природа творить не тільки розум, а й красу, яка через своє різноманіття і в силу цього є більш антисугестичною силою в порівнянні з розумом.

Етнічний чинник є основним інтеграційним чинником в процесі національного державотворення. По цьому параметру в світі домінує все-таки дезінтеграційний чинник, оскільки кількість країн в світі постійно збільшується. За даними ЮНЕСКО, в світі існує від 4000 до 6000 етносів і лише 800 з них вважаються націями та нараховується близько 240 держав, отже, далеко не кожна етнічна група є національною, хоча кожна національна група є етнічною [3, с. 124]. Водночас, кількість етносів зменшується.

Ця "розтягнутість" людства в просторі і часі, а також по ієрархічному рівневі розвитку дає можливість людині безпосередньо "заглянути" в кожний свій історичний рівень, вивчати своє історичне минуле в певних координатах і в певних невизначеностях.

Водночас, практично у всіх країнах-лідерів – США, Німеччина, Японія, Росія тощо, патріотизм, національна самоповага і гідність були на найвищому рівні, пріоритетними в державній політиці.

**Список використаних джерел:**

1. Бек У. Космополитичное мировоззрения м.2001.-359с.
2. Поршнёв, Б. Ф. Контрсуггестия и история. (Элементарное социально-психологическое явление и его трансформации в развитии человечества) // История и психология. Под. ред. Б. Ф. Поршнёва и Л. И. Анци-феровой. – М.: Наука. -1971. – С. 10-21.
3. Картунов, О. В. Вступ до етнополітології: науково-навчальний посіб. /О. В. Картунов К.: Крок, 1999. 300 с.

**Т.В. Кожухова**, к.е.н., доцент,  
Криворізький економічний інститут  
ДВНЗ «Криворізький національний університет»

## **ОФІЦІЙНА ДОПОМОГА РОЗВИТКУ ЯК ІНСТРУМЕНТ БОРОТЬБИ З ГОЛОДОМ І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ**

Однією з глобальних цілей у сфері сталого розвитку є ліквідація голоду, забезпечення продовольчої безпеки й покращення харчування, сприяння сталому розвитку сільського господарства. Не дивлячись на значні обсяги міжнародних фінансових ресурсів, що направляються на боротьбу із злиденністю та покращення продовольчої безпеки, підтримку сільського господарства проблема залишається актуальною. Як відомо, бідність є головною причиною голоду. Згідно з даними доповіді ООН «Цілі розвитку тисячоліття» (2015 р.) у всьому світі число людей, що живуть в умовах крайньої злиденності, скоротилося з 1990 р. більш ніж наполовину, але за межею бідності знаходяться ще 836 млн. осіб [1]. Активізація зусиль у сфері продовольчої безпеки сприятиме вирішенню проблеми голоду в світі.

Важливим інструментом боротьби з голодом і забезпечення продовольчої допомоги є офіційна допомога в цілях розвитку (ОДР), цільовий показник якої встановлений на рівні 0,7% від ВВП і в обсязі 0,15-0,20% від валового національного доходу (ВНД) розвинених країн на потреби найбідніших країн. За даними Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) протягом 2000-2013 рр. основні обсяги ОДР були направлені до соціальної сфери (46%), економічної сфери (21%) та сфери виробництва, в т.ч. на сільське господарство (8%) [2]. Сума фінансування продовольчої допомоги та забезпечення продовольчої безпеки в складі ОДР у 2000-2013 рр. становила \$22148,77 млн. (1,33% від загального обсягу). Найбільшу частку займає двостороння допомога країн-членів Комітету сприяння розвитку (КСР) ОЕСР (77,8%), на другому місці – допомога, надана через багатосторонні канали (програми та ініціативи міжнародних організацій) - 21,2%, допомога інших

країн становила 1%.

Інвестування в сільське господарство є однією з найбільш ефективних стратегій економічного зростання та зниження рівня злиденності й голоду. Зростання ВВП у сільському господарстві, принаймні, в два рази є більш ефективним у зниженні рівнів бідності, ніж зростання в інших секторах [3]. Враховуючи те, що більшість незаможних людей проживають у сільських районах, в АДДІС-Абесбській програмі дій третьої Міжнародної конференції з фінансування розвитку особливо відзначена «необхідність поживлення сільськогосподарського сектора, сприяння розвитку сільських районів і забезпечення продовольчої безпеки, особливо в країнах, що розвиваються, на стійкій основі, що призведе до суттєвої віддачі з точки зору прогресу в досягненні всіх цілей в сфері сталого розвитку» [4].

За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО) обсяги ОДР, що інвестується в сільське господарство, зменшилися з \$8 млрд. у 1980-1990 рр. до \$4 млрд. у 2000-х рр., увага до ОДР стала знову зростати після кризи цін на продовольство в 2008 р. У 2010 р. країни з низьким та середнім рівнем доходу отримали допомогу в сумі майже \$8,3 млрд. (темپ приросту порівняно з 2000 р. становив 100,7%) [3]. Найбільші інвестиції надійшли до країн Африки на південь від Сахари (\$2,9 млрд.), Південної Азії (\$1,1 млрд.), Латинської Америки та Карибського басейну (\$1 млрд.). Не дивлячись на поступове зростання обсягів офіційної допомоги, призначеної для розвитку сільського господарства, його частка в загальному обсязі допомоги для всіх секторів має тенденцію до зниження (з 20% у 1980 р. до 5,8% у 2010 р.). При цьому в регіонах, на які припадає переважна більшість злиденного населення (80%), - Південній Азії та Африці на південь від Сахари, частка сільського господарства в ОДР становила 4,8% та 7,4% (в Латинській Америці та Карибському басейні – 8,5%, в Європі та Центральній Азії – 6,1%, Східній Азії та Океанії – 5,9%, Близькому Сході та Північній Африці – 4%).

За розрахунками Дж.Шмідхубера (J.Schmidhuber), Дж.Бруїнсми (J.Bruinsma) та Дж.Бедекера (G.Boedeker) для задоволення прогнозованого попиту на сільськогосподарську продукцію в 2050 р. в 93 країнах, що розвиваються, необхідні в середньому щорічні інвестиції в розмірі \$209 млрд. [5]; для сприяння інвестицій в сільську інфраструктуру, збереження природних ресурсів, дослідження, системи накопичення та поширення знань, сільські інститути, створення соціальних мереж для тих, хто страждає від голоду, крім існуючих рівнів витрат, будуть необхідні щорічні додаткові державні витрати в сумі \$50,2 млрд. [6]. В умовах значного браку фінансування (через незначну частку здійснення прямих іноземних інвестицій в країни з низьким та середнім рівнем доходу, зменшення державних витрат в агропромисловий комплекс) ОДР може доповнити державні інвестиції в сільське господарство.

Незважаючи на те, що в цілому рівень ОДР сільському господарству є невеликим, ця допомога може бути суттєвою для окремих країн, які є її основними одержувачами. Виконання країнами-донорами своїх зобов'язань в наданні ОДР на встановленому рівні 0,7% від ВНД (у 2014 р. виконали тільки 5

країн з 28 країн членів Комітету сприяння розвитку ОЕСР – Данія (0,85%), Люксембург (1,07%), Норвегія (0,99%), Швеція (1,1%), Великобританія (0,71%)) та збільшення обсягів ОДР у сільське господарство країн з низьким та середнім рівнем доходу сприятиме ліквідації голоду, забезпеченню продовольчої безпеки, покращенню харчування, а отже, й досягненню цілей у сфері сталого розвитку.

**Список використаних джерел:**

1. Цели развития тысячелетия: доклад ООН за 2015 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un.org>
2. OECD.Stat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://stats.oecd.org>
3. ФАО: положение дел в области продовольствия и сельского хозяйства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fao.org/>
4. Аддис-Абебская программа действий третьей Международной конференции по финансированию развития: Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей 27.07.2015 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un.org>
5. Schmidhuber, J., Bruinsma, J., Boedeker, G. (2009). Capital requirements for agriculture in developing countries to 2050. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fao.org/3/a-ak542e/ak542e09.pdf>
6. Schmidhuber, J., Bruinsma, J. (2011). Investing towards a world free of hunger: lowering vulnerability and enhancing resilience. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fao.org/docrep/013/i2107e/i2107e27.pdf>

**О.А. Ніколайчук, к.е.н.,  
О.В. Третьякова,  
КЕІ ДВНЗ «КНУ»**

**ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В  
УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Починаючи з останньої чверті ХХ ст. розвинуті країни перейшли до так званої інноваційної моделі розвитку, рухаючись до постіндустріальної економіки. Основним джерелом забезпечення успіху стає не багатство природних ресурсів, не дешева робоча сила і навіть не фінанси, а сукупність знань, їхнє конкурентне використання й наукові інновації, якими володіє виробничо-економічна система. Отже, можна виділити такі основні тенденції розвитку сучасних економічних відносин:

1) прискорення та зростання ефективності науково-технологічного прогресу. Сьогодні частка технологічних інновацій в обсязі ВВП розвинутих країн становить від 70 до 90%. За даними експертів Організації економічної співпраці та розвитку, в США за останні два десятиріччя за рахунок високотехнологічних секторів економіки було досягнуто майже 50% усього

приросту продуктивності праці, у Великій Британії, Канаді, Японії – більше 30%, Франції та Італії – 25% [2];

2) стрімке зростання частки інтелектуальної праці у процесі створення різних видів економічного продукту. У розвинених країнах на професії, де є перевага інтелектуальної праці, припадає основний приріст зайнятості: 85% у США, 89% у Великобританії, 90% у Японії. В період з 1990 до 2011 років загальний ріст числа робочих місць на 25% супроводжувався 40-75% зростанням зайнятості фахівців у сфері високих технологій [4];

3) динамічний розвиток цих галузей пов'язаний із щорічним зростанням виробничих витрат на отримання інформації і знань, придбання інформаційної та телекомунікаційної техніки. За даними ОЕСР, із 1995 по 2005 рік інвестиції в інформаційно-комунікаційні технології додавали четверту частину приросту валового продукту, а інвестиції в інтелектуальні активи – 7,5-11%. Всі вищезазначені процеси призвели до створення міжнародного ринку науково-технічних знань, де частка семи високорозвинених країн на чолі з США складає 80-90% всієї наукомісткої продукції, а частка США – 39%;

4) інформаційна епоха створила новий тип корпорацій, матеріальні активи яких порівняно мізерні. Аналіз співвідношення ринкової та балансової вартості провідних компаній світу в 2014-2015 рр. свідчить, що найбільшою є різниця між ринковою капіталізацією та активами компаній в сфері виготовлення високотехнологічної електроапаратури, програмного забезпечення та обчислювальної техніки, фармацевтики та біотехнологій, сфері обслуговування і роздрібною торгівлі, тобто в галузях, де широко використовуються складові інтелектуального капіталу підприємства: передові інноваційні технології, наявні патенти, ліцензії, ноу-хау, особливі здібності та навички персоналу підприємства, корпоративна культура, торгові марки та ін.

Примітно, що ті ж компанії зі сфери високих технологій очолюють рейтинг найбільш інноваційних компаній світу в 2014-2015 р. (Apple, Google, Samsung) та рейтинг 100 найдорожчих брендів світу (Apple, Microsoft, Google, IBM) [7,8];

5) виробництво знань, вкладання інвестицій у науку й освіту визначають на сьогодні рівень соціально-економічного розвитку країн. За даними Світового банку, 85% сукупних світових інвестицій у науку здійснюють країни-члени ОЕСР, 11% - Індія, Китай, Бразилія та нові, технологічно розвинені країни Східної Азії і лише 4 % - інші країни світу, до яких належить і Україна [11]. За даними ЮНЕСКО, в 20 країнах, де працює 95% вчених, дохід на душу населення щорічно зростає на 200 дол. США; в інших, де працює тільки 5%, приріст становить лише 10 дол. на рік [3];

6) на сьогодні саме інтелектуальні ресурси визначають можливості інноваційного розвитку як на загальнонаціональному рівні, так і на регіональному. Дослідження показали, що в країнах ЄС підприємства, які не використовують інтелектуальний капітал (і його частину – інтелектуальну власність), отримують у середньому 14% прибутку. Ті, які використовують його іноді – 39%, а в тих підприємства, де інтелектуальний капітал є основою стратегічного розвитку, – 61% прибутку [10];

7) вищезазначені зміни, що відбуваються у сучасній економічній системі на тлі глобалізації, супроводжуються докорінними змінами менеджменту як на макро- так й на макрорівні, формуючи новий тип корпоративної культури, яка є системою цінностей, що розуміються, сприймаються і підтримуються всіма членами колективу [9]. Цей новий тип корпоративної культури окрім цілісності організації, створює умови для інтелектуалізації праці, саморозвитку, самосвідомості та креативності кожного окремого працівника організації в процесі досягнення її цілей.

Однак Україна значно відстає від більшості розвинених країн. Вітчизняні підприємства практично не розглядають інтелектуальні активи як потужне джерело потенційно доступних конкурентних переваг, що позначається у заниженій капіталізації, як наслідок, низькій інвестиційній привабливості та об'єктивному обмеженні можливостей для інноваційного прориву. Так, фактичні витрати на НДДКР в 2000-2013 р. знижуються від 1,36% від ВВП до 0,81%. В той же час, за даними Євростату, частка обсягу витрат на наукові дослідження та розробки країн ЄС-28 у ВВП становила 2,01%, що склало 360 млрд. дол. США [1].

Саме тому, на відміну від розвинених країн, де інноваційна модель розвитку економіки підтверджує свою ефективність (частка інноваційних підприємств досягає 70% і за рахунок виробництва й експорту наукоємної продукції забезпечує до 85-90% приросту ВВП), інноваційну діяльність на Україні здійснює 16,8% всіх підприємств станом на 2013 р., а частка інноваційної продукції в загальному обсязі промислового виробництва становить менше 4%.

У глобалізованій економіці інтелектуальна власність виступає основою або стовпом знаннєвої економіки, відіграючи при цьому важливу роль в інноваційному процесі. Однак вартість використання інтелектуальної власності у платіжному балансі в 2014 р. в Україні складає 552 млн. дол. США (проти 45,8 млрд. в Нідерландах, 42,1 млрд. дол. – у США, 22,2 млрд. у Сінгапурі) [12].

На світовому ринку високотехнологічної продукції, який оцінюється в 2,5-3 трлн. дол. США, частка України становить 0,05-0,1%. За загальним індексом зростання конкурентоспроможності у 2013-2014 р. Україна була на 84 місці серед 148 країн, за індексом розвитку технологій – на 94, за спроможністю до інновацій – на 93 місці [5].

Серед факторів, що визначають таку ситуацію, в тому числі, слід виділити й недостатню увагу до управління корпоративною культурою вітчизняних підприємств, на більшості з яких цей процес є стихійним й неконтрольованим [6], внаслідок чого корпоративна культура сучасних українських підприємств характеризується фрагментарністю, високим ступенем гетерогенності, своєрідною класовістю, конфліктністю, амбівалентністю, що не дозволяє використовувати можливості цього інструменту для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на світовому ринку.

Таким чином, у постіндустріальному суспільстві досягнення конкурентних переваг підприємствами як на вітчизняному, так і на зарубіжному ринках

можливе лише за умови ефективного використання інтелектуальних ресурсів, упровадження сучасних наукомістких технологій, розробки якісно нової продукції, створення інновацій, на фоні цілеспрямованого управління їх корпоративною культурою.

**Список використаних джерел:**

1. Валовий внутрішній продукт країн світу: статистичні показники [Електронний ресурс]. – Вашингтон, США, 2015 р. – Режим доступу: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.МКТР>
2. Ганущак Л.М. Шляхи використання зарубіжного досвіду управління іноваційним потенціалом підприємств в Україні/ Л.М. Ганущак//Актуальні проблеми економіки - 2006 - №4( 58) - с.135 – 150.
3. Гук Н.А. Посилення інтелектуалізації праці та тенденції її структурних зрушень в Україні // Актуальні проблеми економіки.- 2011.- № 2(116). - с. 125-130.
4. Денисенко М. П. Інноваційний розвиток суспільства на основі інтелектуального капіталу/ М.П. Денисенко // Наукові записки. Серія «Економіка» - 2013 – Вип. 23 – с. 15-19.
5. Звіт про глобальну конкурентоспроможність за 2013-2014 рр.// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2013-14.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf)
6. Ліфінцев Д.С. Вплив корпоративної культури на мотивацію персоналу / Д. С. Ліфінцев // Актуальні проблеми економіки. - 2006. - № 2. - С. 154-158.
7. Найдорожчі бренди світу 2015 за версією Interbrand // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/news/?id=1563>.
8. Рейтинг найбільш інноваційних компаній світу// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/news/?id=1543>.
9. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Э.Х. Шейн. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.
10. Цибульов П. Інтелектуальний капітал – визначальний ресурс економічного зростання/ П. Цибульов //Наука та інновації – 2008 - №3 – с. 61-62.
11. Чухно А.А. Інституціонально-інформаційна економіка: підручник / А.А.Чухно, П.І. Юхименко, П. М. Леоненко – 2010 – К.: Знання - 687 с.
12. Всемирный банк. World Development Indicators [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// data.worldbank.org/country/](http://data.worldbank.org/country/)

**О.І. Шинкар**, аспірант,  
Національний університет “Києво – Могилянська Академія”

## **ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ОБСЯГІВ ФІНАНСУВАННЯ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА РОЗРОБОК В УКРАЇНІ ТА ВИБРАНИХ КРАЇНАХ ЄС**

Формування фінансових стимулів для підтримки та підвищення науково-технічної та інноваційної діяльності відноситься до найбільш важливих областей державного регулювання. У цьому контексті постає питання про оптимальну частку фінансування науково-технологічної сфери у ВВП країни. У даній роботі зроблено спробу визначити фактичну нормативну величину такої частки для різних країн і порівняти її з фактичними витратами до і після світової фінансової кризи 2008 року. Це дозволило нам оцінити ефективність реалізації державної інноваційної політики та надало можливість науково обґрунтувати необхідний обсяг фінансування сфери досліджень та розробок України.

Був виконаний порівняльний аналіз R&D витрат в Україні та 7 країн – членів Європейського Союзу з різним рівнем інноваційного розвитку: інноваційних лідерів, інноваційних послідовників та помірних новаторів, а саме: Німеччині, Фінляндії, Франції, Естонії, Іспанії, Португалії та Польщі. Для цього була побудована точкова діаграма для з'ясування взаємозв'язку між ВВП на душу населення та R&D витратами на душу населення у цих країнах окремо в динаміці з 1998 по 2012 роки. Встановлено сильний, прямий взаємозв'язок між рівнем економічного розвитку (ВВП на душу населення) та витратами на дослідження і розробки (R&D витрати на душу населення) в усіх проаналізованих країнах (коефіцієнт детермінації ( $R^2$ ) складає від 0,91 до 0,99), що дозволило розрахувати нормативні значення R&D витрат на душу населення для кожної країни та кожного року.

На рисунку 1 представлено різниці між фактичними R&D витратами на душу населення та нормативними їх значеннями за 1998-2012 рр. по кожній країні. Чорні лінії на рисунку позначають кризу 2008 року. Чітко видно, що перед кризою 2008 року в усіх аналізованих країнах фактичні R&D витрати на душу населення були нижчі нормативних, що призвело до інноваційної рецесії. До кризи в усіх країнах фактичні R&D витрати на душу населення зменшувались проти нормативних показників. Тому інноваційний фактор не спрацьовував. Аналіз також продемонстрував, що для того, щоб вийти з кризи кожна країна збільшила фактичні R&D витрати на душу населення порівняно з нормативними значеннями.



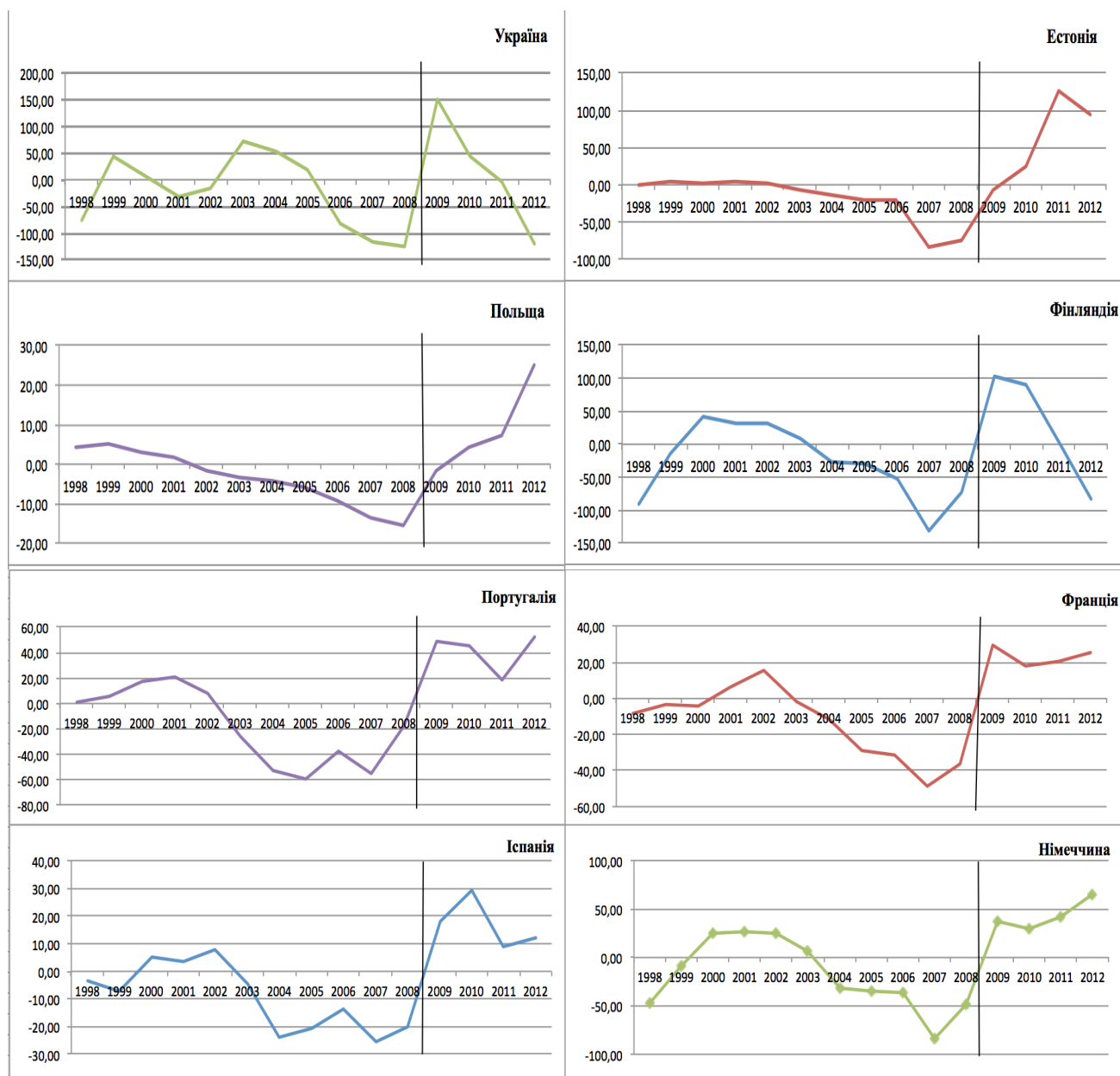


Рис.1. Різниця між фактичними значеннями R&D витрат на душу населення і нормативними (в поточних доларах USA)

Слід зазначити, що в Україні різниця між фактичними та нормативними R&D витратами на душу населення з 2009 року почала різко зменшуватися і з 2011 року фактичні R&D витрати на душу населення стали менші за нормативний показник, що вказує на недостатність фінансування сфери досліджень та розробок.

Дослідивши фактичні R&D витрати порівняно з нормативними їх значеннями в стабільний та кризовий періоди можна зробити висновок, що усі проаналізовані країни Європейського Союзу в період кризи почали різко збільшувати R&D витрати, що вказує на те, що політика подолання кризи прямо залежала від активної державної інноваційної політики. Проведений аналіз також засвідчив, що найефективнішим механізмом виведення країни з

кризового стану є ефективна інноваційна політика, в реалізацію якої повинна безпосередньо втручатися держава.

**Список використаних джерел:**

1. Innovation union scoreboard 2014. Access: [http://www.vto.at/wp-content/uploads/2013/10/ius-2014\\_en.pdf](http://www.vto.at/wp-content/uploads/2013/10/ius-2014_en.pdf)
2. The World Bank Data. Access : <http://data.worldbank.org/indicator>
3. Science and Engineering Indicators (2014). Access : <http://www.nsf.gov/statistics/seind14/>
4. Бажал Ю.М. Стратегія економічного зростання Європейського Союзу: Навчальний посібник для вищих навчальних закладів / Авт. кол.: Ю.М. Бажал, І.В. Бураковський, Г.С. Григор'єв та ін. / За ред. д-ра екон. наук, проф. Ю.М. Бажала. – К. : Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2013. – 280 с.
5. Бажал Ю.М. Основне протиріччя науково – технологічної сфери української економіки / Ю.М. Бажал // Журнал Статистика України. – 1999. - №4. – С. 17-23
6. Державна служба статистики України. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

**Секція 4.**  
**ДЕРЖАВНІ ТА РИНКОВІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ**  
**СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

**N.A. Barr,**  
BSc, LL.B, MSc, J.D.

**MULTINATIONAL CORPORATIONS AND FOREIGN DIRECT INVESTMENT: IS DEVELOPMENT THE OUTCOME?**

Introduction. Much has been written on the issue of Multinational Corporations (MNCs) and Foreign Direct Investment (FDI) contributing to economic growth. The subject of this paper, however, aims at looking at development and its outcome. There is a deep-rooted but dominating perception that fostering cross-border trade exchanges, especially FDI<sup>8</sup>, is the answer to everything as well as the solution to the many challenges faced by the transition economies. In truth, this idea stems from neo-liberal policies that were widely advocated for in the early eighties which basically revolved around the liberalization of markets, privatization and minimalist regulation or deregulation<sup>9</sup>.

Following the major shifts and shocks experienced by the world economy, much emphasis has been placed on other concepts that sole economic growth, namely development or sustainable development<sup>10</sup>.

Broadly speaking, the very purpose of development aims at enhancing people's lives and allowing them to achieve their legitimate aims in life [Rawls, 1971; Sen, 1999, Nobel Prize in Economic Sciences]<sup>11</sup>. To this end, individuals must be able to access basic rights and liberties, as well as health, education and economic means in order to achieve these aims. [Rawls, 1971; Sen, 1999]<sup>12</sup>. Therefore, in light of the very aim of development, economic development and development are clearly distinct concepts and shall not be confused. Similarly, there is a common misconception that economic growth necessarily leads to this broader concept of development<sup>13</sup>.

A publication from the OECD entitled "Sustainable Development, Linking Economy, Society and Environment"<sup>14</sup> cites, for instance, the overwhelming focus of

---

<sup>8</sup> See also N. Bayraktar, (2013), *Foreign Direct Investment and Investment Climate*, Economics and Finance Vol. 5, 83-92 (for a review of possible FDI determinants).

<sup>9</sup> Jerbi S., (2009), *Business and Human Rights at the UN: What Might Happen Next?* Human Rights Quarterly, Vol 31(2) 299-320, 303.

<sup>10</sup> These terms are referred to interchangeably within the present paper.

<sup>11</sup> John Rawls, (1971), *A theory of Justice*, Harvard University Press (Cambridge MA), revised ed.; Amartya Sen, (1999), *Development as Freedom*, Oxford University Press (Oxford, New York).

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> Reiter S.L., Kevin Steensma, H., (2010), *Human Development and Foreign Direct Investment in Developing Countries: The Influence of FDI Policies and Corruption* World Development Vol. 38(12), 1671-1691, 1679.

<sup>14</sup> Stacey Strange, Anne Bayley, (2008), *Sustainable Development, Linking Economy, Society and Environment*, OECD Insights (Paris).

MNCs on profit margins which has led on occasion to environmental damages “that costs society in the long run”. I would complement this example by referring to global warming, as the most striking example of the largest man-made market failure that has been solely created by the actions of human beings, in particular MNCs<sup>15</sup>.

Secondly, “the interconnected nature of sustainable development calls for cross borders, whether they are geographical or institutional to coordinate strategies and make appropriate decisions”. Therefore, according to the OECD, the core of sustainable development is the need to consider the economy, society and the environment altogether.

This paper shall thus concentrate on to which extent leveraging FDI may further sustainable development, as opposed to economic growth only. According to the definition provided by the International Monetary Fund (IMF)<sup>16</sup>, FDI is much more than a mere capital transfer as it encompasses a great variety of enterprises, e.g. subcontracting management contract, turnkey arrangements, franchising, leasing, licensing. It may also consist in creating a subsidiary or an affiliate company in another country or setting up a joint venture abroad<sup>17</sup>.

This paper shall examine the effects that FDI may have over development, whether they are positive or negative. In this respect, we conclude that the theorization of development (mentioned above) shows a great imbalance between places and people. In other words, they seem to rebut, at least in part, the thesis according to which leveraging FDI may act as an engine for development.

The Theorization of Development Shows a Great Imbalance between Places and People and Rebuts (at Least in Part) the Thesis of FDI as an Engine for Development. Even today, there is still a strong common belief among governments, economic international organizations and other kinds of policy makers whereby FDI is a catalyst of prosperity for developing countries. Henceforth, the global consensus over the need to lift restrictions to facilitate the entry of FDI and create policy investives in furtherance of a neo-liberal orthodoxy is still going strong. Tellingly, developing countries are still highly encouraged to deregulate and facilitate the operations of foreign investors through the Multinational Corporation.

Strong economic benefits are associated with FDI. A major positive effect of FDI is that the investments made in the host country may steamroll economic growth and accelerate the general trend of development. This is particularly true in circumstances in which growth can only be triggered by external forces. FDI may

---

<sup>15</sup> *Ibid.*

<sup>16</sup> The IMF usually defines “Direct investment” as “a category of cross-border investment associated with a resident in one economy having control or a significant degree of influence on the management of an enterprise that is resident in another economy”. It also refers to the OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment (4<sup>th</sup> edition) and the IMF Coordinated Direct Investment Survey Guide; Sixth Edition of the IMF’s Balance of Payments and International Investment Position Manual (BPM6), IMF (New York: 2013) at 100. Therefore, FDI refers to the net inflows of investment to acquire a lasting management interest (10% or more of voting stock) in an enterprise operating in an economy other than that of the investor. It can be later developed as the sum of equity capital, reinvestment of earnings, other long-term capital and short-term capital as shown in the balance of payments of that economy.

<sup>17</sup> See also United Conference on Trade and Development (UNCTAD), (2015), *Definitions and Sources, Foreign Direct Investment (FDI)*, [http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Foreign-Direct-Investment-\(FDI\).aspx](http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Foreign-Direct-Investment-(FDI).aspx), accessed 20 August 2015.

thus foster productivity, and competition<sup>18</sup>. Additional benefits indirectly deriving from FDI may consist in capital inflows, tax revenues and employment of the local workforce.

Further, FDI may harbour growth so as to create new markets (e.g. oil extraction) as well as help the integration of developing countries into global trade and finance.

Another positive effect of FDI is that it may provide for spill overs of foreign technology and know-how to the host country. A study based on quantitative analysis which had been conducted by three economists concluded that “FDI is an important vehicle for the transfer of technology, contributing relatively more to growth than domestic investment”<sup>19</sup>. Therefore, MNCs are thus “a major channel for the access to advanced technology by developing countries”<sup>20</sup>.

Nevertheless, notwithstanding of the above, many authors view as crucial the ability and the willingness of governments to utilize FDI for the benefit of the country in order to achieve such aim<sup>21</sup>. This means that, in any event, leveraging FDI should be used along adequate and strategic development policies to attain such result (e.g. to further, for instance, education, social equality, social and labour rights).

In order to provide an objective and adequate reflection of reality, one must also address the potentially adverse impact that leveraging FDI may have on development. First, although FDI is generally depicted as providing much-needed transfers of technology, it may also create dependency towards the investor or the investment made. This is all the more relevant as developing countries are more technology-dependent than developed countries. Coupled with that, technology changes rapidly and becomes more quickly out of date, e.g. in the sectors of mobile telecommunications or IT. FDI may therefore create undue ties with the investor for exceedingly long periods of time.

Secondly, from the perspective of economic geography, we must also address the extensive use of natural resources and their possible extinction (e.g. extraction industries or agriculture) which is a common feature in some of these projects. On occasion, such projects have created more problems than they have provided real benefits for local communities in terms of development, e.g. there are many examples of projects which resulted in adverse environmental consequences or damage (deforestation, air and water pollution) or even projects which resulted in no benefit for the state<sup>22</sup>.

---

<sup>18</sup> L.A. McKinney, (2014), *Foreign Direct Investment, Development and Overshoot* Social Science Research Vol. 47, 121-133, 124.

<sup>19</sup> E. Borenstein, J. De Gregorio, J-W. Lee, *How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth?* Journal of International Economics 998 Vol. 45, 115-135, 115.

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> *Id.*, note 6, at 1680.

<sup>22</sup> *Id.*, note 12, 125; A.K. Jorgenson, *Foreign Direct Investment and the Environment, the Mitigating Influence of Institutional and Civil Society Factors, and Relationships between Industrial Pollution and Human Health: a Panel Study of Less-Developed Countries* Organizational Environment Vol. 22(2), 135-157; A.K. Jorgenson, J. Rice, (2005), *Structural Dynamics of International Trade and Material Consumption: a Cross-National Study of the Ecological Footprints of Less-Developed Countries*, Journal of World Systems Research Vol. 11(1), 57-77; A.K. Jorgenson, (2009), *Global Warming and the Neglected Greenhouse Gas: a Cross-National Study of Methane Emission Intensity* Sociological Forces Vol. 84(3), 1779-1798; A.K. Jorgenson, (2008), *Structural Integration and the Trees: an Analysis*

Thirdly, domestic investment may be crowded out by FDI when local companies, products or services are unable to compete with the foreign investor. More generally, some authors argue that the overall benefits attributed to the promotion and use of FDI are in fact fallacious. While FDI appears at first to foster economic growth, “the infrastructure and institutions that develop with foreign direct investment support further foreign investment” as well as “negative externalities such as unemployment, over-urbanization and income inequality”<sup>23</sup>. In short, it all depends on the degree of complementarity or substitution between FDI and domestic investment<sup>24</sup>. This means that FDI may also distort local structures and lead to path-dependence on foreign investments which may be more or less movable.

Fourth, one may ask what stays when companies leave?<sup>25</sup>

More importantly, we are of the view that this approach testifies of sweeping generalisations which are made between countries. The panorama of the possible effects of FDI, whether they are beneficial or detrimental to development, shows this analysis is not persuasive as countries may use FDI in a very different way. As shown above, the way countries use FDI is highly heterogeneous and may greatly vary and/or depend upon each country’s own structural and political specificities.

Conclusion. FDI is a huge economic driver but it requires that the right policies be put in place. There is need for an assessment to be made in order to balance the benefits for both the MNCs and those of the host country. For example, the United Kingdom (UK) is currently planning on building three nuclear power stations on the Southern East coast. The Government decided to put a great emphasis on sustainable development outcomes. As a result, it selected not only one investor but awarded the contract two investors, a Chinese and a French firm. In addition, the UK required that the investors use inasmuch as possible the local workforce rather than using their own employees. Ultimately FDI and MNCs investment should be a return of more than the sum of its parts so that all evolved are truly part of a positive economic development.

---

*of Deforestation in Less-Developed Countries, 1990-2005* Sociology Quarterly Vol. 24(1), 22-46; A.K. Jorgenson, (2006) *The Sociology of Unequal Exchange in Ecological Context: a Panel Study of Lower-Income Countries, 1975-2001* Sociological Forum Vol. 24(1), 22-46.

<sup>23</sup> J. Kentor, T. Boswell, (2003), *Foreign Capital Dependence and Development: A New Direction* American Sociological Review Vol. 68(2), 301-313, 301.

<sup>24</sup> M.A. Almfraji, M.K. Almsafir, (2014), *Foreign Direct Investment and Economic Growth Literature Review from 1994 to 2012* Social and Behavioural Sciences Vol. 129 206-213, 210.

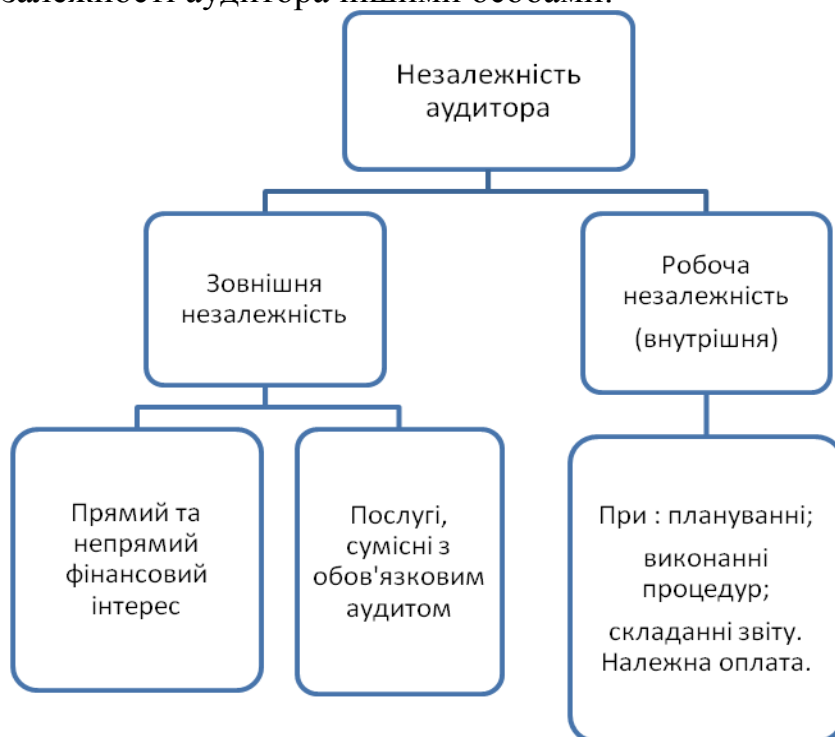
<sup>25</sup> W. Sofka, M. Torres Preto and P. de Faria,(2015), *Foreign divestment: What stays when multinationals leave?*, Columbia FDI Perspectives, Issue No. 155, August 31

**Н.І. Дорош**, д.е.н., професор,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## **НЕЗАЛЕЖНІСТЬ АУДИТОРА: ЄВРОПЕЙСЬКІ ВИМОГИ**

З метою посилення іміджу аудиторської професії в суспільстві, довіри інвесторів до справедливості та достовірності фінансових звітів, що публікуються підприємствами, подальшого підвищення якості обов'язкового аудиту в Європейському Союзі було прийнято декілька важливих документів. Це: Директива 2014/56/ЄС Європейського парламенту та Ради від 16 квітня 2014 р. та Регламент (ЄС) № 537/2014 Європейського Парламенту та Ради від 16 квітня 2014 про особливі вимоги до обов'язкового аудиту суб'єктів громадського інтересу і скасування Рішення Європейської Комісії 2005/909/ЄК.

У зазначених документах вказується на посилення принципу незалежності аудиторів. Незалежність в контексті аудиторської діяльності означає можливість здійснювати аудит, оцінку одержаних результатів і складання аудиторського звіту неупереджено. Пропонується складовими елементами незалежності вважати внутрішню і зовнішню незалежність аудитора (рис. 1). Необхідно, щоб аудитор був незалежний під час проведення аудиту, а також користувачі фінансової звітності довіряли незалежності аудитора, тобто існувала внутрішня робоча незалежність і зовнішня незалежність. Робоча незалежність полягає в можливості зберігати неупереджене ставлення протягом усього процесу аудиту: при плануванні; виконанні аудиторських процедур; формуванні звіту незалежного аудитора. Результатом зовнішньої незалежності є сприйняття незалежності аудитора іншими особами.



**Рис.1. Складові елементи незалежності аудитора**

*Джерело: розроблено автором*

Існують такі обмеження щодо зовнішньої залежності аудитора:

– прямий фінансовий інтерес – забороняється пряме право власності: володіння акціями, майном; опікування майна; бути виконавцем чи управляючим будь-якого спадку; мати спільні капіталовкладення аудиторам чи його найближчим родичам (наприклад, дружині) щодо підприємства-клієнта;

– непрямий фінансовий інтерес – забороняється непряме право власності, коли є тісні, але не безпосередні відносини володіння між аудитором і клієнтом, наприклад, батьки батьків аудитора володіють акціями клієнта.

Згідно з Директивою 2014/56/ЄС Європейського парламенту та Ради від 16 квітня 2014 р. [1] допущені аудитори, аудиторські фірми та їх працівники мають, наприклад, утримуватись від виконання обов'язкового аудиту суб'єкта господарювання, якщо вони мають в ньому ділові або фінансові інтереси, а також від обміну фінансових інструментів, які випустив, гарантував або іншим способом підтримував суб'єкт господарювання, який проходить аудит, окрім внесків в диверсифіковані плани колективного інвестування. Вони мають утримуватись від участі у внутрішніх процесах прийняття рішень та від прийняття обов'язків на рівні управлінського персоналу або ради директорів суб'єкта господарювання, який проходить аудит, протягом прийнятного періоду після закінчення завдання з аудиту.

В останні роки законодавці і критики аудиторської професії у Великобританії, США, європейських країнах вели дискусію щодо можливості одночасного надання аудиторами супутніх послуг. Вважається, що незалежність і об'єктивність аудиторів порушується у разі одночасного надання аудиторських і консультативних послуг, оскільки через гонорари від консультацій вони можуть більш поблажливо поставитись до спірних моментів фінансової звітності. Окреслення кола безпосередньо аудиторських послуг – це одна із найважливіших сучасних проблем теорії аудиту. Найбільше це стосується робіт з відновлення та ведення бухгалтерського обліку і складання податкових декларацій.

Європейський Союз Регламентом (ЄС) №537/2014 розірвав зв'язок аудиту і супутніх послуг [3]. До послуг, які не можуть надаватись одночасно з проведенням обов'язкового аудиту суб'єктів суспільного інтересу належать: податкові послуги; послуги, пов'язані з управлінням або прийняттям рішень; ведення рахунків та складання облікової документації та фінансової звітності; послуги, пов'язані з фондом заробітної плати; розробка та впровадження процедур внутрішнього контролю, або розробка і впровадження систем інформаційних технологій в галузі фінансів; оціночні послуги, включаючи оцінки у зв'язку з актуарними послугами та послугами судового супроводу; юридичні послуги; послуги, пов'язані з функцією внутрішнього аудиту; послуги, пов'язані з фінансуванням, структурою капіталу і розподілом капіталу і інвестиційною стратегією об'єкта аудиту; реклама акцій об'єкта аудиту, укладення угод з акціями об'єкта аудиту або їх андеррайтинг; послуги в області кадрових ресурсів.



В Україні було б доцільно також в законі про аудиторську діяльність вказати перелік робіт, здійснення яких не допускається одночасно з проведенням обов'язкової аудиторської перевірки.

Відповідно до Регламенту [3] плата за проведення обов'язкового аудиту суб'єктів суспільного інтересу не повинна бути умовною платою. Умовна плата означає плату за аудиторське завдання, розраховану на заздалегідь встановленої основі, пов'язаної з підсумком або результатом завдання або результатом виконаної роботи. Плата не вважається умовною, якщо вона встановлена судом або компетентним органом.

При визначенні плати за надання аудиторських послуг аудиторська фірма має керуватись рекомендаціями про відповідні розцінки на послуги, які забезпечують належну якість аудиторських послуг. Аудиторська фірма не повинна надавати послуги за демпінговими цінами, тим самим порушуючи принцип ціноутворення на аудиторські послуги, який передбачає відображення у вартості послуг витрат на навчання, атестацію і підвищення кваліфікації спеціалістів аудиторської фірми.

Законом України «Про аудиторську діяльність» від 22 квітня 1993 р. у статті 20 «Спеціальні вимоги» вказується, що забороняється проведення аудиту, якщо розмір винагороди за надання аудиторських послуг не враховує необхідного для якісного виконання таких послуг часу, належних навичок, знань, професійної кваліфікації та ступінь відповідальності аудитора.

**Список використаних джерел:**

1. Директива 2014/56/ЄС Європейського парламенту та Ради від 16 квітня 2014 р., що вносить зміни до Директиви 2006/43/ЄС про обов'язковий аудит річних звітів та консолідованих звітів (стосується Європейського економічного простору). [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.aru.com.ua](http://www.aru.com.ua)
2. Закон України «Про аудиторську діяльність» зі змінами та доповненнями від 22.04.1993 р. № 3125-ХІІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=3125-12>
3. Регламент (ЄС) № 537/2014 Європейського Парламенту та Ради від 16 квітня 2014 про особливі вимоги до обов'язкового аудиту суб'єктів громадського інтересу і скасування Рішення Європейської Комісії 2005/909 /ЕК. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.aru.com.ua](http://www.aru.com.ua)

**Л.А. Лутай**, д.е.н., професор,  
Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України

## **МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ДИСЦИПЛІНАРНИХ ВІДНОСИН І ЙОГО АДАПТАЦІЯ ДО УМОВ УКРАЇНИ**

Усебічне дослідження дисципліни вимагає поряд з її теоретичним обґрунтуванням, розумінням також і необхідності удосконалення вивчення та порівняння процесів регулювання дисципліни в розвинених країнах світу. Використання світового досвіду при формуванні стратегічних підходів в управлінні дисциплінарними відносинами має кінцеву мету наблизити їх стан, умови формування, реалізації та використання до сучасних світових стандартів і буде сприяти вступу України до Євросоюзу і Світової організації торгівлі (СОТ).

Наукові узагальнення вивчених літературних джерел показують деяку схожість у правовому обґрунтуванні дисципліни. У більшості країн світу джерелами правового регулювання дисциплінарних відносин служать нормативні державні акти.

У країнах, де панує ринкова система економіки, юридична основа дисциплінарних прав підприємця обговорюється дуже докладно. Найбільшого поширення одержали дві теорії: інституційна, яка домінує в континентальній Європі та Японії, а також у країнах, де діє система звичайного права, і договірна, що впливає безпосередньо із принципів цивільного права.

В Австрії, Бельгії, ФРН, Швейцарії дисциплінарне право засноване на договірній теорії, а в Індії, Канаді, США, Франції та Японії – інституційній. В Австралії та Новій Зеландії перевага не віддається жодній із цих теорій.

Звертає на себе увагу механізм регулювання дисциплінарних відносин, що у більшості країн обґрунтований у трудових договорах через права та обов'язки сторін трудових відносин.

Міжнародна організація праці (МОП) дотепер не прийняла окремого нормативного документа (конвенції або рекомендації) з даного питання, хоча більша частина норм МОП спрямована на захист інтересів трудящих. У Конвенції №58 і Рекомендації №66 про припинення трудових відносин з ініціативи підприємця, прийнятих у 1982 р., мова йде, зокрема, і про припинення трудових відносин у зв'язку з поведінкою працюючого (поряд з іншими причинами – здібностями працівника або виробничою необхідністю).

На Заході питання зміцнення трудової дисципліни та порядку відрегульовано через трудові договори, закріплено у правах і обов'язках сторін трудових відносин. Тому дисципліна праці виступає як об'єкт приватного, а не публічного права. У більшості держав Західної Європи джерелом правового регулювання трудової дисципліни є правила внутрішнього трудового розпорядку й колективні договори, тільки в окремих випадках питання трудової дисципліни регулюються законодавством (як у Франції) [1, с. 17].

Не характеризується однозначністю розроблений у зарубіжних країнах механізм реалізації дисциплінарної відповідальності. У жодному законодавстві розвинених країн світу немає визначення провини, за яку можуть бути накладені дисциплінарні стягнення. Щодо вирішення цього питання можна виділити три групи країн. У першій з них діють правила, згідно з якими всі види дисциплінарних правопорушень мають бути вичерпно зафіксовані в нормативних правових актах (Бельгія та Японія). Друга група країн (Німеччина, Австрія, Швейцарія) орієнтована на більш повне визначення всіх видів дисциплінарних правопорушень. Третя група країн передбачає наявність дисциплінарної відповідальності за провини, не зафіксовані в нормативних актах (США, Канада, Франція, Австралія, Нова Зеландія). Вважається, що неможливо встановити вичерпний перелік усіх дисциплінарних провин, оскільки форм і способів їх проявів незліченна кількість.

У всіх розвинених країнах право підприємця покарати працівника ставиться у певні межі. Існують три основних загальних обмеження для застосування дисциплінарного покарання, хоча в окремих випадках можуть бути й інші.

Перше обмеження полягає в тому, що порушення має бути пов'язане з виробничими обов'язками або поведінкою на робочому місці. Усе, що виходить за межі робочого часу або робочого місця, не може бути предметом дисциплінарного стягнення. У різних країнах підходи до суворості застосування даного критерію різні. У ряді країн (США, Канада, Велика Британія, Франція) працівник притягається до дисциплінарної відповідальності, навіть якщо його поведінка за межами робочого місця завдає шкоди роботодавцю. У Японії неналежна поведінка поза робочим місцем також може розглядатися як дисциплінарна провинна, якщо це завдає шкоди репутації підприємця.

Друге обмеження полягає в тому, що провинна або недогляд найманого працівника можуть бути виправдані.

Третє обмеження – у більшості країн потрібно, щоб правило, порушення якого полягає у дисциплінарній провині, було розумним. Щонайкраще це обмеження відзеркалено в одному з положень французького закону, відповідно до якого правила наймання не повинні накладати на особисті права або особисті та колективні свободи обмеження, не виправдані характером виконуваної роботи або не порівняні з цілями, досягнення яких ставиться як завдання.

Пріоритети вибору дисциплінарного стягнення в зарубіжних країнах істотно відрізняються від України, де визначено тільки два дисциплінарних стягнення: догана та звільнення. Відсутній рекомендований перелік адміністративних заходів, спрямованих на боротьбу з порушниками.

Тим часом у багатьох країнах робиться різниця між дисциплінарним покаранням і покаранням, що впливає з нормального застосування принципів трудового договору.

Розрізняють дисциплінарне покарання і адміністративний захід, що застосовується відповідно до повноважень підприємця і, отже, не є примусовим. Однак критерії відмінності досить неясні. Наприклад, у Канаді розходження залежать від поведінки найманого працівника: адміністративний захід застосовується у випадку ненавмисного недогляду з боку найманого працівника, а дисциплінарне покарання – навмисного порушення. У правилах трудового розпорядку підприємств і організацій США передбачено стягнення за порушення трудової дисципліни трьох видів: серйозні провini, незначні порушення дисципліни праці й порушення правил техніки безпеки [2, 3].

В Україні застосовується тільки одна система дисципліни – каральна, в той час як в зарубіжних країнах – дві: каральна та виховна. Каральна система передбачає кілька ступенів дисциплінарних стягнень: усне попередження, попередження в письмовому вигляді, відсторонення від роботи на кілька днів без оплати; звільнення. Ця програма найчастіше зустрічається у США.

Філософія виховально-дисциплінарної системи – дати працівнику можливість виправити свої помилки, неправильну поведінку тощо. На відміну від першої системи, друга дає працівнику, який провинився, оплачений «день для обміркування своєї поведінки і прийняття рішення» про можливість продовжувати роботу в компанії або звільнитися за власним бажанням.

Значним недоліком чинного дисциплінарного законодавства України є відсутність чітко виписаних норм дисциплінарної відповідальності стосовно роботодавців. Тому корисним є досвід застосування норм адміністративної та дисциплінарної відповідальності роботодавців (підприємців) за порушення ними певних положень соціально-трудоного законодавства.

Особливо ретельно й докладно розроблено питання відповідальності роботодавців Франції, Італії, Іспанії у таких напрямках, як обґрунтованість дисциплінарних санкцій; правомірність звільнень працівників; дотримання правил техніки безпеки та гігієни праці тощо.

Останнім часом у законодавстві розвинених країн Європи, США, Японії з'явилися норми і положення, що відображають зростання культурних цінностей суспільства, його цивілізованості, у тому числі щодо дисциплінарної відповідальності та дисциплінарних провini. Ці норми покликані підвищити якість трудового життя і є частиною системи управління людськими ресурсами. Виділяється ряд напрямів, в яких розвиваються такі правила [1, с. 181].

Чітко виділяється ряд напрямів, за якими удосконалюється законодавство розвинених країн: а) заборона нецивілізованого, безтактного ставлення начальства до підлеглих; б) заборона навмисних або мимовільних дій адміністрації, що можуть образити або принизити гідність працівників; в) заходи для «облагороджування» виробничого середовища, спрямовані проти психологічного терору відносно окремих працівників або їх груп (моббінгу), сексуальних домагань (приставань) як чоловіків, так і жінок, вторгнення роботодавців в особисте життя працівників [1, с. 183; 4, с. 16-18].

Отже, при обґрунтуванні механізму забезпечення та стратегії розвитку дисциплінарних відносин в Україні необхідно використовувати зарубіжні

досягнення, а само: правовий механізму регулювання дисциплінарних відносин, реалізація дисциплінарної відповідальності, розмежування дисциплінарного стягнення та дисциплінарного впливу, співвідношення каральної та виховної систем дисципліни, методів боротьби з невиходами на роботу, процедури звільнення за дисциплінарну провину, установлення терміну давності щодо накладення та зняття дисциплінарного стягнення, «облагороджування» виробничого середовища тощо.

**Список використаних джерел:**

1. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навчальний посібник. Видання друге, перероблене й доповнене. – К.: «Кондор». — 2006. – 308 с.
2. Журавлев П.В. Мировой опыт управления персоналом: обзор зарубежных источников: Моногр. / П.В. Журавлев, М.Н. Кулапов, С.А. Сухарев. - М.: Изд-во Рос. экон. акад.; Екатеринбург: Дел. кн. - 1998. - 232 с.
3. Опыт укрепления трудовой дисциплины в США, Японии и Польше // Персонал - 2015.- № 2. - С. 158-161, 165-168.
4. Котляр Ю.В., Чабайовський Т.Б. Аналіз стану службової дисципліни і законності в підрозділах органів внутрішніх справ/ Ю.В. Котляр, Т.Б. Чабайовський // Наука і правоохорона, 2014, № 1(23). – С. 120-127.

**V. Onyshchenko**, D.Sc. (Economics), Professor,

**S. Sivitska**, PhD. (Economics),

Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

## **GLOBAL TRENDS IN RENEWABLE ENERGY INVESTMENT**

The demand for alternative energy tends to increase on the global market. This is due to limited resources for energy from conventional sources, the constant rise of fuel and energy resources, the need for environmental protection, access to cheap sources of energy.

Today in the world and in Ukraine in particular, there is a growing problem of energy resources shortage which affects not only on the conditions for the functioning of the national economy, but also on the general vector of development. Such conditions worsen energy level and predictability of the economic situation in Ukraine. World practice energy development shows that the developed countries are not only engaged in an active search for alternatives to fossil fuels, but also increase their consumption of alternative energy sources. The growing worldwide necessity of the development the alternative energy sources is on the agenda of energy development, led to the gradual establishment of policies, plans, laws, market mechanisms, financial instruments, strategies, incentives, etc.

There are numerous plans or encourage for the use of renewable energy in general. Among them there are EU's green and white papers, policy plans of distributed United States generation, measures Australian Prime Minister to improve

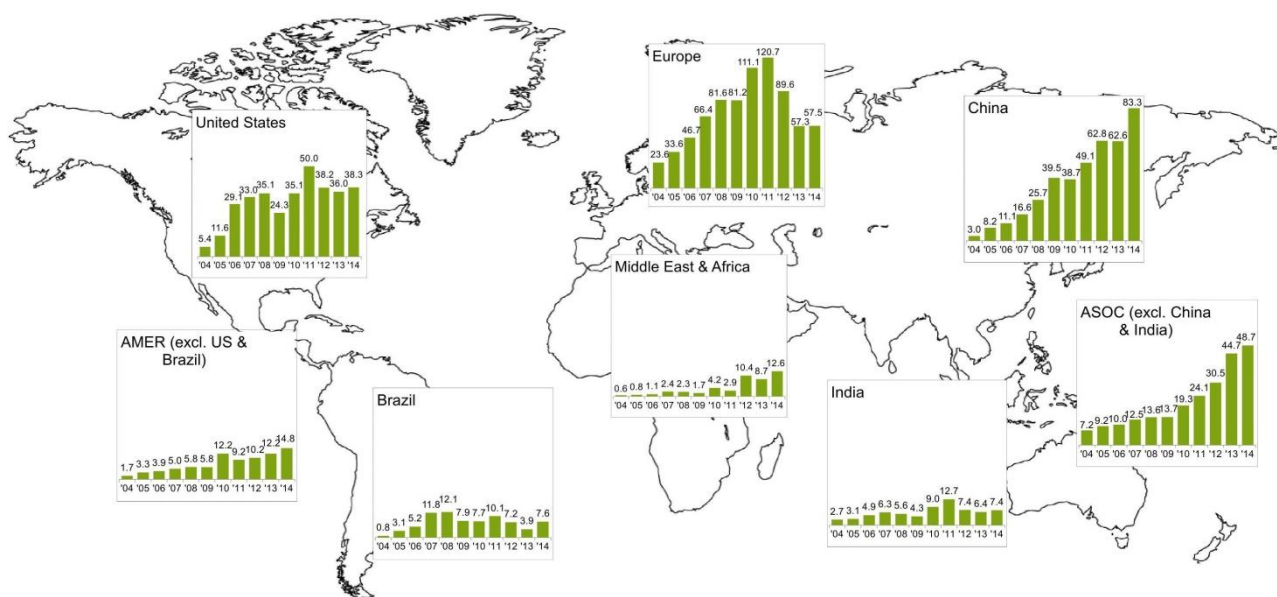
the environment, etc. Italy introduced Mandatory Renewable Systems (CRS) as a quota system which obligate each electricity supplier to supply the renewable electricity from the National Electricity System. Some developing countries declared many ambitious national plans, some of which are comprehensive, such as “Plan of renewable energy sources” of China, “Program from renewable energy sources” of India and “Basic plan for development of renewable energy technologies and distribution” of Korea. Other countries focus on promoting rural electrification, so plan “Renewable Energy in the Rural Market” (PERMER) in Argentina, the ambitious “Global Rural Electrification Program” (PERG) in Morocco or “Rural electrification national program” in Chile.

It should be focused on the mechanisms of tax and other tax incentives. Several countries have introduced financial and fiscal levers to stimulate the development of alternative energy sources, such as tax exemptions (Norway), production of tax credits (PTC) (USA), write-off of income tax (Canada), investment of loans and subsidized loans (Canada) and the mechanism of renewable technologies exports in support of national export credit agencies (ECAs), such as Export-Import Bank Eximbank of USA or Japan, Canada Economic Development Corporation (EDC) or the French COFAS.

Global investment in renewable power and fuels was \$270.2 billion in 2014, nearly 17% higher than the previous year. This was the first increase for three years, and reflected several influences, including a boom in solar installations in China and Japan, totaling \$74.9 billion between those two countries, and a record \$18.6 billion of final investment decisions on offshore wind projects in Europe.

Investment in developing countries, at \$131.3 billion, was up 36% on the previous year and came the closest ever to overhauling the total for developed economies, at \$138.9 billion, up just 3% on the year. Indonesia, Chile, Mexico, Kenya, South Africa and Turkey were all in the billion-dollar-plus club in 2014 in terms of investment in renewables, and others such as Jordan, Uruguay, Panama, the Philippines and Myanmar were in the \$500 million to \$1 billion range.

At the present stage of development of alternative energy observed regional disparities (see. Fig. 1). The biggest locations for renewable energy investment last year were, predictably, the established markets in major economies – with China far out in front at \$83.3 billion, a record number and 39% ahead of 2013. In second place came the US, at \$38.3 billion, up 7% on the year but still well below its all-time high, reached in 2011. Japan came as third one at \$35.7 billion, a tenth higher than in 2013 and its biggest total ever. India was up 14% at \$7.4 billion, and Brazil 93% higher, at \$7.6 billion [1].



**Fig.1. Global new investment in renewable energy by region, 2004-2014, \$BN**

Source: according to UNEP, Bloomberg New Energy Finance [1]

It should be noted that Bloomberg New Energy Finance identifies 10 countries in terms of asset financing for the development of alternative energy, Ukraine ranks 10<sup>th</sup> place in it, in recent years it nearly 2 times increased data volumes, but South Africa increased its funding of 23.4 times in contrast [2].

The analysis of international experience shows that the biggest development of renewable energy have countries which have government support for this sector, and the most effective form of government support are state development program [3]. State programs of development support of alternative energy sources are the major global trends in economic policy of leading countries in nowadays conditions. In particular, the EU stimulates the development of alternative energy associated with market tools to stimulate public institutions. The main incentive tool of state regulation should include the development and implementation of alternative energy state programs; the introduction of “green” tariff for electricity produced from renewable energy sources; subsidizing construction of renewable energy.

#### References:

1. Global Trends in Renewable Energy Investment 2015 [Electronic resource]. – Access mode: <http://fs-unep-centre.org/publications/global-trends-renewable-energy-investment-2015>
2. OECD countries take new approach to fostering innovation – OECD report [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.oecd.org/sti/inno/47861327.pdf>
3. Onishchenko V., Sivitska S. Alternative energy developing investment support in terms of energy dependence / Onishchenko V., Sivitska S. // ECONOMIC ANNALS-XXI. – 2014. – 9-10(1). – P. 34-37.

**О.І. Шнирков**, д.е.н., професор,  
Інститут міжнародних відносин  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

### **ЗОНА ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ З ЄС ЗА УМОВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДЕЗІНТЕГРАЦІЇ З РФ**

За сучасних умов економіка України знаходиться під впливом двох зовнішньоекономічних процесів: розвиток економічної інтеграції з ЄС та одночасно поглиблення дезінтеграції з економікою РФ.

Основними характеристиками поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі з ЄС є наступні:

- поглиблена: Україна повинна впровадити до 400 регуляторних актів Європейського Союзу в основних видах економічних політик;
- всеохоплююча: правила ЄС охоплюють рух товарів, послуг, капіталу, інтелектуальної власності (певною мірою робочої сили);
- точність: визначено чіткі терміни імплементації правил ЄС протягом 2-10(15) років;
- обов'язковість: Україна бере на себе зобов'язання впровадити економічне регулювання ЄС, ЄС бере зобов'язання поступово відкривати внутрішній ринок для України;
- часткове делегування: Україна впроваджує регулювання ЄС, але не бере участь в його розробці та затвердженні, Україна частково передає економічний суверенітет;
- ресурсоемність: щорічно, за різними оцінками, від 2 до 10% ВВП України повинна витратитися на реструктуризацію та адаптацію (основні джерела – приватні інвестори, державний бюджет, споживачі, міжнародні організації);
- інтегративність: за умов виконання положень Угоди про асоціацію Україна стає складовою частиною внутрішнього ринку ЄС без набуття членства.

Таким чином, Угода про Асоціацію є амбітним та ресурсоемним проектом, який в силу своїх характерних рис викликає не сприйняття з боку Російської Федерації. Позиція Росії щодо економічної частини Угоди про Асоціацію України з ЄС складається з наступних застережень (табл.1).

Таким чином, застереження Росії проти Зони вільної торгівлі України з ЄС не мають переконливого економічного обґрунтування та за змістом і формою носять політичний характер, обумовлений в основному неможливістю приєднання України за умов асоціації до ЄАЕС.



**Застереження та контраргументи щодо позиції Росії щодо Угоди про Асоціацію України з ЄС**

<b>Застереження</b>	<b>Контраргумент</b>
1. До Росії можуть потрапити масово товари з ЄС через реекспорт з України.	1. Ігноруються правила визначення країни походження товару за СОТ.
2. До Росії можуть бути масово витіснені українські товари, які не є конкурентними у порівнянні з європейськими.	2. За правилами СОТ будь-яка країна, виробникам якої масований імпорт завдає серйозну шкоду, може їх захищати шляхом впровадження додаткового мита, кількісних обмежень тощо. При цьому немає необхідності виходити з існуючих зон вільної торгівлі.
3. ПВЗВТ означатиме ерозію конкурентоспроможності російських товарів на ринку України.	3. а) На початку 2015 р. до СОТ було нотифіковано більше 600 регіональних торговельних угод 159 країнами-членами. б) Експорт Росії за структурою практично не конкурує з експортом ЄС в Україну (менше 5 %).
4. Якщо Україна впроваджує європейські технічні стандарти для товарів, це створюватиме бар'єри для традиційних товарних потоків між Росією та Україною.	4.а) Такі стандарти застосовуватимуться на внутрішньому ринку України та для продажу до ЄС. б) Експорт до Росії повинен відповідати російському технічному регулюванню. в) В Росії реалізуються промислові проекти з європейськими фірмами на основі стандартів ЄС. г) Європейські стандарти відповідно до ПВЗВТ повинні бути імplementовані протягом 3–5 років. д) Питома вага України у товарообігу Росії коливається на рівні 5%.
5. Україна не повинна передавати будь-які із своїх повноважень на рівень національних або міжнародних інституцій ЄС.	5. ПВЗВТ передбачає часткове делегування.
6. Реалізація ПВЗВТ зробить неможливим участь України в інших угодах про зони вільної торгівлі, митні союзи, тощо, зокрема, участь України в ЄврАзЕС.	6. а) ПВЗВТ не перешкоджає Україні вступати в класичні зони вільної торгівлі з іншими країнами. б) Вступ України до митних союзів або інших розвинених форм міжнародної інтеграції буде можливим лише після її виходу з ПВЗВТ.

Останні десять років характеризуються поступовим розвитком дезінтеграційних процесів між економіками Росії та України, а останні два роки є свідченням глибокої кризи у взаємних економічних відносинах. Формами економічної дезінтеграції економік Росії та України на сучасному етапі є:

- гібридна економічна війна Росії проти України;

- взаємні економічні санкції;
- “силова, примусова” інтеграція Криму та окремих районів Донбасу до ЄАЕС;

- вихід РФ з режиму вільної торгівлі та перехід до режиму РНС з Україною (з 01.01.2016 р.).

Основними рисами економічної гібридної війни Росії проти України є наступні:

- протягом 2004-2015 рр. проти України було розгорнуто більше 40 торговельних війн, 4 газові війни;

- розірвання субрегіональних виробничих мереж з українськими підприємствами в промисловості та сільському господарстві;

- зростання зовнішнього боргу України внаслідок завищених цін на газ та відмова від реструктуризації частини боргу;

- вплив на девальвацію гривні;

- нові обмеження та бар'єрами для української робочої сили з початку 2015 року;

- знищення підприємств та окупація регіонів Донбасу як якір для зупинки євроінтеграції України (до 8 тис. загиблих, 1,5 млн. тимчасово переміщених осіб, 25% промислових підприємств зупинено та 10% зруйновано; відновлення зруйнованих об'єктів – 1,5 млрд. дол.; можливість відновлення військових дій у будь-який час, блокуючи таким чином національні та іноземні інвестиції);

- високі військові витрати України замість вирішення соціальних, інфраструктурних та інших економічних проблем;

- мета – гальмування економічних реформ та поглиблення соціально-економічної кризи.

Так, наприклад, у 2014 р. майже 90% українського експорту до Росії було дискриміновано приймаючою країною у різних формах, що призвело до суттєвого скорочення експорту та взаємного товарообігу в цілому (табл.2.).

Таблиця 2

**Товарні групи українського експорту, які дискриміновано Росією у 2014 р. [1]**

Скорочення до	Питома частка в експорті України до Росії
10-20 %	32,4 %
20-40 %	41,2 %
> 40 %	13,7 %
Всього	87,3 %

Вихід Росії з режиму вільної торгівлі з Україною на початку 2016 р. призведе до подальшого скорочення взаємної торгівлі, причому російські підприємства матимуть певні торговельні переваги на українських ринках у порівнянні з доступом українських підприємств на російські ринки (табл. 3).

Частково ця дискримінація може бути частково компенсована взаємними економічними санкціями.

Таблиця 3

**Середньозважений імпорتنний тариф (% , 2014 р.) [2]**

	Всього	С/Г	Інші товари
<b>Україна</b>	2,7	5,9	2,4
<b>ЄС</b>	3,6	22,3	2,3
<b>Росія</b>	9,1	14,8	8,2

Економічні дослідження ще у 2012 р. показали, що розширення доступу на ринок ЄС не компенсує втрати російського ринку для України. Торговельні обмеження з боку Росії лише по трьох товарних групах мали б наслідком скорочення споживання в Україні на майже 0,3% протягом щонайменше 5 років (рис.1). Звичайно, що глибина зменшення споживання в Україні та тривалість кризових явищ внаслідок дезінтеграції з економікою Росії залежатиме від багатьох інших чинників: здатності національних експортерів до торговельної переорієнтації, залучення українських виробників до міжнародних виробничих мереж, глибини та ефективності економічних реформ, міжнародної економічної допомоги тощо.



**Рис.1. Вплив створення ВПЗВТ між Україною та ЄС на рівень споживання з урахуванням реакції Росії [3]**

Однак вирішальним фактором для відновлення економічного зростання України за умов розвитку інтеграційних та дезінтеграційних процесів її економіки є суттєве зростання інвестиційної активності національних та іноземних підприємств. Угода про Асоціацію повинна розглядатися як важливий інструмент інтеграції України у міжнародні виробничі системи, оскільки лише тарифна лібералізація не матиме значних позитивних наслідків

для національної економіки. Це можливо лише за умов, зокрема, наявності відповідних гарантій для інвесторів щодо територіальної цілісності, суверенітету, безпеки України. Якщо така передумова не буде гарантована, виникають суттєві ризики для участі українських підприємств у міжнародних виробничих системах, отже, ефективну реалізацію Угоди про асоціацію, в цілому, та ПВЗВТ, зокрема, буде поставлено під сумнів.

**Список використаних джерел:**

1. Сіденко В. Деградація економічних відносин України та Росії: що далі? Національна безпека і оборона. - № 5-6. – 2014.
2. Trade Profile 2015. WTO.
3. The Impact of an FTA between Ukraine and the EU. Oxford economics. – 2012.

**Л.П. Кудирко**, к.е.н., доцент,  
**Ю.О. Олейніков**, к.е.н., доцент,

Київський національний торговельно-економічний університет

## **ЩОДО ВИБОРУ МОДЕЛЕЙ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

Розвиток світової торгівлі на рубежі ХХ-ХХІ ст. характеризується зміною пріоритетів у концептуальних підходах до обрання регуляторних моделей зовнішньої торгівлі. Це обумовлюється цілою низкою причин, зокрема, деструктивним впливом світової фінансово-економічної кризи на умови відтворення в економіках відкритого типу та ускладненням інституціональних форм глобальної виробничо-збутової кооперації. Вплив окреслених чинників є дійсно вагомим та виявляє себе по цілому спектру напрямів та проявів.

По-перше, якщо в докризовий період в регуляторній системі міжнародного товарного обміну, особливо на національному рівні спостерігалось певне згортання практики митно-тарифного протекціонізму, що підтримувалося скороченням числа автономних локальних ринків, збільшенням товарної пропозиції на міжнародних ринках масової стандартизованої продукції в нижньому ціновому сегменті, то в умовах кризи та посткризовий період навіть країни із незаперечними традиціями лібералізму у сфері зовнішньої торгівлі не нехтували інструментами обмеження доступу на власні ринки нерезидентів та підтримки національного виробника, нехай і менш прозорими заходами у сфері нетарифного регулювання [1].

По-друге, конкурентоспроможність країн на світових ринках товарів та послуг в сучасних умовах визначається не стільки обсягами експорту готової продукції, скільки перевагами по певним видам діяльності, які відображають участь країни у глобальних ланцюгах створення вартості. Це впливає на рівень доходу та зайнятості в країні. Все очевиднішим стає розуміння в контексті формування глобального тла виробничих та збутових мереж необхідності зміни

концепції та моделі регулювання зовнішньої торгівлі на рівні окремих національних економік.

По-третє, довгий історичний період теоретичні положення щодо переваг лібералізації у сфері торгівлі з огляду її впливу на добробут та економічне зростання у країнах-адапторах цієї моделі знаходили беззаперечне підтвердження у багаточисельних емпіричних дослідженнях окремих дослідників та міжнародних інститутів. Наразі висновки тих же експертів міжнародних організацій є більш виважені та обережні. За образним висловлюванням фахівців з МВФ та Світового банку, «дослідження співвідношення між світовою торгівлею і доходами нагадує аналіз поведінки п'яниці і його цуценяти: ні той, ні інший не йдуть по прямій, але, тим не менш, очікується, що вони будуть залишатися на досить близькій відстані один від одного» [2].

Таким чином розуміння впливу регуляторних моделей на національний економічний розвиток підлягає певній трансформації. Практика засвідчує, що перегляд моделі розвитку зовнішньоекономічного сектора та зовнішньої торгівлі як його складової здатна вплинути на зміну міжнародної спеціалізації країни, рівень диверсифікованості виробництва та зовнішньої торгівлі, зокрема це стосується відношення до ролі імпорту. Стратегії експортоорієнтованого зростання і захисту від імпорту наразі є все більш несумісними. В обох випадках ключовим питанням стає міжнародна конкурентоспроможність продукції.

Використання у сучасній у торговельній статистиці валових показників експорту та імпорту країн та які є вихідними даними для оцінки рівня конкурентоспроможності країн на світових ринках товарів та послуг насправді у все меншій мірі дозволяє це робити об'єктивно. Регуляторні органи не завжди можуть розуміти, який вплив здійснюють окремі інструменти на інвестиційні стимули та операції. До цих пір торговельні угоди і відповідні їм форми міжнародного співробітництва розробляються без урахування торгівлі по ланцюгам поставок. Саме такий напрям регулювання, який безпосередньо впливатиме на вартість внутрішніх потоків товарів, послуг, знань і спеціалістів – всіх основних елементів торгівлі по ланцюжку поставок, - набуватиме все більше значення. До них відносяться правила безпеки і санітарної гігієни продукції, вимоги щодо ліцензування та процедури оцінки. У сфері політики регулювання дійсно складно налагодити міжнародне співробітництво, оскільки органи регулювання стурбовані тим, що подібна діяльність буде перешкоджати досягненню цілей традиційних регулювання.

З точки зору торгівлі по ланцюжку поставок міжнародні торгові переговори виявляються менш ефективним засобом сприяння торгівлі, ніж це могло б бути, оскільки вони розглядають конкретні аспекти політики, наприклад, стандарти продукції, митної оцінки та ліцензування імпорту відокремлено. Але для функціонування ланцюжка поставок важлива саме політика регулювання у цілому, яка впливає на весь ланцюжок. Погоджуємося із низкою сучасних експертів, що відокремлений підхід, без концептуальної

цілісності може залишити поза увагою деякі важливі аспекти політики без розгляду, а це значить, що при формуванні міжнародних торговельних угод необхідно у все більшій мірі «прораховувати ланцюжок поставок» [3].

Таким чином в умовах формування у світовій економіці розгалужених міжнародних виробничих та збутових мереж, має змінюватися саме розуміння протекціонізму. На зміну захисту вітчизняного виробника, що знаходиться на території країни, приходить необхідність захисту вітчизняних транснаціональних виробників, забезпечення їх інтересів на всіх стадіях глобального ланцюжка доданої вартості. Це означає, що прикордонні і внутрішні бар'єри, контроль за технологіями та охорона інтелектуальної власності [4], конкуренція і доступ на ринки інших країн, що входять в ці глобальні ланцюжки, стають важливими інструментами просування і підвищення конкурентоспроможності вітчизняних компаній. Національний протекціонізм має трансформуватися у протекціонізм своїх глобальних ланцюжків створення вартості.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кнобель А. Ю. Закономерности формирования уровня тарифов в международной торговле / Кнобель А. - М.: Ин-т Гайдара, 2010. - 178 с.
2. Константиnescу К., Матту А., Рута М. Замедление торговли/ Кристина Константиnescу, Аадитья Матту, Мишель Рута // Финансы и развитие: Ежеквартальный журнал МВФ.- 2014.- Выпуск 51.- № 4.- С.28-32.
3. Hoekman, Bernard, and Jackson, Selina (2013), "Reinvigorating the Trade Policy Agenda: Think Supply Chain!", available at : [www.voxeu.org/article/reinvigorating-trade-policy-agenda-think-supply-chain](http://www.voxeu.org/article/reinvigorating-trade-policy-agenda-think-supply-chain) (accessed August 04, 2015).
4. Cross-border flows of intellectual property became the object of close scrutiny in the economic policy of the XXI century (2013), Finance and Development, vol. 50, no. 4, pp. 18-21, available at:<http://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/fandd/2013/12/pdf/verdier.pdf> (accessed August 05, 2015).

**С.В. Онищенко**, к.е.н., доцент,  
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

### **ВИКЛИКИ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЯК СКЛАДНОГО ІНТЕГРОВАНОГО ПРОЦЕСУ**

Фінансова глобалізація є складним інтегрованим та об'єктивним процесом розвитку національних економік, що характеризується посиленням фінансових відносин, лібералізацію цін, міжнародних інвестиційних і фінансових потоків, які можуть спричинити як позитивний так і негативний вплив на економіки окремих країн.

Функціонування фінансової системи України за умов сучасних глобалізаційних процесів визначає завдання державної фінансової та бюджетної політики, що обумовлена динамікою суспільних процесів як у глобальному, так і в національному вимірах, а також зміною концептуальних підходів до поняття безпеки в цілому. В Україні реалізація бюджетної політики спрямована на формування сприятливого макроекономічного середовища, здійснення послідовних заходів у податковій та бюджетній сфері, забезпечення стабільності державних фінансів і підвищення її платоспроможності. Однією із основних умов досягнення довготривалих позитивних темпів зростання вітчизняної економіки є активна діяльність держави у фінансовому забезпеченні національної економіки через бюджетні важелі, які мають забезпечувати нарощення фінансових ресурсів, механізми бюджетних інвестицій та опосередковано сприяти скороченню непродуктивних державних видатків і відповідного збільшення чистих заощаджень у розпорядженні недержавних секторів економіки.

В умовах фінансової нестійкості економічних процесів в Україні глобалізація світової економіки позначилася як сукупність взаємопов'язаних проблем в галузі управління бюджетною системою. По-перше, це проблеми у сфері функціонування бюджетної системи як пускового механізму підтримки макроекономічної та фінансової стабільності соціально-економічного розвитку країни. По-друге, вимагають переосмислення й уточнення теоретичні та методологічні підходи до формування економічної політики, інституційних перетворень і необхідних елементів фінансової системи, що впливають на стійкість національної економіки. По-третє, в сучасних умовах продовжує проявлятися невизначеність при вирішенні низки економічних завдань у сфері дохідних і видаткових статей бюджету в органах фінансового та податкового контролю. По-четверте, потрібна розробка комплексних державних заходів щодо забезпечення виходу економіки країни з зони небезпеки, в тому числі – прогнозних параметрів фінансової безпеки в цілому та бюджетної зокрема [1].

Враховуючи, що процес фінансової глобалізації спричиняє подвійний вплив на розвиток світової фінансової системи, більшість країн не сприйняли до уваги потенційні ризики та загрози фінансовій системі України, які стрімко переросли в реальні. Таким чином, до ключових чинників, що належать до світової фінансової кризи, можна віднести недостатньо скоординовану макроекономічну політику і непослідовність проведення структурних реформ.

У довгостроковому періоді рівень національного доходу буде залежати від структурних перетворень, залучення у виробництво нових ресурсів і підвищення ефективності їх використання, розвитку техніки і технології, підвищення рівня кваліфікації робочої сили, зростання конкурентоспроможності продукції вітчизняної промисловості на світових ринках. Введення даних змін у податкове законодавство дозволить збільшити відрахування від податку на прибуток у державний бюджет, а також зацікавити підприємства у збільшенні вкладень у модернізацію та розширення виробництва. Таким чином, може бути реалізована оптимізаційна податкова

політика стимулювання інвестиційної та інноваційної підприємницької активності.

Важливою мірою є створення стимулів до збільшення доходної частини обласних і місцевих бюджетів, зокрема шляхом оптимізації податків. Потребує вдосконалення механізм надання міжбюджетних трансфертів, субсидій, що мають вузько цільову спрямованість на здійснення програм модернізації відповідної галузі промисловості.

Основними викликами фінансовій системі України є збереження експортно-сировинної моделі розвитку національної економіки, зниження конкурентоспроможності та висока залежність її найважливіших сфер від зовнішньоекономічної кон'юнктури, втрата контролю над національними ресурсами, погіршення стану сировинної бази промисловості та енергетики, нерівномірний розвиток регіонів і прогресуюча недостатність трудових ресурсів, низька стійкість і незахищеність національної фінансової системи, збереження умов для корупції та криміналізації господарсько-фінансових відносин, а також незаконної міграції.

Сучасний стан економіки не відповідає вимогам фінансової стійкості та безпечного розвитку і знаходиться в зоні значної небезпеки. Ефективна система забезпечення національних економічних інтересів держави особливо в умовах глобалізаційних процесів має характеризуватися певними якісними критеріями і параметрами, що забезпечують прийнятні для більшості населення умови життя та розвитку особистості, стійкість соціально-економічної ситуації, військово-політичну стабільність суспільства, цілісність держави, можливість протистояти впливу внутрішніх і зовнішніх загроз.

Виходячи із вищезазначеного, що в умовах фінансової глобалізації потребує негайного вирішення в процесі гарантування безпеки, вбачаємо необхідність їх об'єднання в єдину стратегію антикризових реформ розвитку країни з визначенням чітких цілей, завдань, інструментів, механізмів забезпечення національних економічних інтересів. Ефективність забезпечення зазначених пріоритетів можливо досягти виключно за умови комплексного та системного підходу органів державної влади до формування бюджетного процесу, визначенню реального бюджетного потенціалу окремих територій, упровадження дієвої видаткової політики й стабільних надходжень до бюджету та вибору оптимальних методів покриття дефіциту.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бюджетний процес в Україні: стан та проблеми інституційного забезпечення: [монографія] / З. С. Варналій, Т. В. Бугай, С. В. Онищенко. – Полтава: ПолтНТУ, 2014. – 271 с.
2. United Kingdom HM Treasury [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hm-treasury.gov.uk/>
3. The Open Budget Survey 2013: International Budget Partnership. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://internationalbudget.org/wpcontent/uploads/OBI2013-Report-English.pdf>



4. Лисяк Л. В. Бюджетна політика у системі державного регулювання економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: спец. 08.00.08 „Гроші, фінанси і кредит” / Л. В. Лисяк. – Київ, 2010. – 32 с.
5. Government finance statistics. Summary tables – 2004-2014 // Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. – 2013. – 31 p.
6. Фінанси: підручник / за ред. С.І. Юрія, В.М. Федосова. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К. : Знання. 2012. – 687 с.

**Т.М. Каменєва**, к.е.н., асистент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ МОДЕЛЕЙ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ: ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН**

Проблема оптимального співвідношення механізмів регулювання господарської діяльності економічних суб'єктів або «правил гри», які б забезпечили високу результативність і приводили б у дію мотиваційні механізми економічних агентів на шляху до стабільного економічного розвитку та економічного зростання стали чи не найактуальнішим предметом наукових дискусій серед дослідників.

Практика політичного та економічного життя зарубіжних країн другої половини ХХ ст. дозволила спостерігати свого роду експеримент-співставлення ефективності господарювання за умов планової командної економіки та умов «вільного ринку». Мова йде про ряд країн, що в силу геополітичних подій виявилися розділеними на дві держави, – Німечина, Корея, Китай (відокремлення Тайваня). При цьому саме «капіталістичні» частини демонстрували високі темпи розвитку та добробуту громадян у порівнянні з їх «командно-адміністративними» прототипами.

Шведський економіст Ю. Норберг, наводячи численні дані, показує, що аналогічне зіставлення можна провести в світовому масштабі. Чим вище в країні рівень економічного лібералізму, тим більше у неї шансів досягти економічного зростання, покращення умов і підвищення середньої тривалості життя. Громадяни найбільш вільних в економічному відношенні країн є майже в десять разів багатшими, ніж громадяни найменш вільних держав, і живуть вони у середньому на двадцять років довше [3, с.116].

Досить поширеною є позиція, згідно з якою деякі західні країни зі стійкими ліберально-демократичними режимами змогли поєднати феномени свободи та суспільного добробуту. В інших же країнах проведення ліберальних реформ може вести до руйнування господарства, різкого матеріального розшарування суспільства, зростання зовнішніх боргів і економічної стагнації. На нашу думку, враховуючи національну специфіку українського суспільства, можна стверджувати, що більш авторитарний режим призвів би до виходу з економічної рецесії. Економічні реформи, що проводилися у 1991 р., по суті,

зупинили науково-технічний розвиток України. Економіка залишається на індустріальній стадії, її відставання від західних економік стає вкрай відчутним, ознаки постіндустріального укладу знаходяться у зародковому стані, не маючи для свого розвитку необхідних технологічних та організаційних основ. Однією з основних причин виступає хибний шлях трансформації пострадянської економіки, основою якого слугувала неоліберальна концепція економічного розвитку та прозахідна модель модернізації. Досвід України став додатковим підтвердженням факту (а світовий досвід за останні 100 років багаторазово підтверджував), що у жодній країні світу не вдавалося здійснити модернізацію в умовах ліберальної моделі. Як наслідок, невірно обрана стратегія та відсутність критичного сприйняття універсальних пропозицій західних експертів щодо підвищення конкурентоспроможності (без урахування національної специфіки) потягла за собою погіршення соціально-економічних умов.

Противники фундаментальних економічних і громадянських свобод використовують аргументи трьох видів.

1) Свободи перешкоджають економічному зростанню. Часто таке твердження називають «тезою Лі» по імені колишнього прем'єр-міністра Сінгапуру Лі Кван Ю.

2) Більшість пересічних громадян в ситуації вибору між володінням свободами і задоволенням економічних потреб завжди віддають перевагу економічним інтересам. Оскільки населення завжди бажає усунення економічних поневірянь і бідності, то і влада повинна слідувати справжнім пріоритетам більшості людей.

3) Ліберальні свободи не є універсальними цінностями, вони характерні для західного світу. Різниця в цивілізаційному і культурному розвитку країн і регіонів вельми великі. Тому, наприклад, «західним» цінностям протистоять «азіатські» цінності, більшою мірою орієнтовані на порядок і дисципліну, ніж на особисту і політичну свободу. А для української культури характерні свої цінності, пов'язані з колективізмом і вірою в необхідність сильної патерналістської держави.

Існують певні емпіричні факти, що показують, що країни з ринково-орієнтованим авторитаризмом демонструють вражаючі економічні успіхи. У попередню епоху це були Німеччина часів Бісмарка, Японія в епоху Мейдзі, Росія в період економічних реформ Вітте і Столипіна. У другій половині ХХ в. такий тип економічного розвитку був характерний для Бразилії (1960-ті роки), для Чилі в період правління Піночета, для нових індустріальних економік Тайваню, Південної Кореї, Гонконгу, Сінгапуру в певні періоди їх розвитку. Досвід перерахованих країн показав, що стійке економічне зростання протягом десятиліть може досягатися при збереженні авторитарних структур влади і обмеження основних свобод населення.

Таким чином, якщо метою держави є насамперед економічне зростання, то більш вигідною може бути не ліберальна демократія, а поєднання лібералізації економіки та авторитарного державного керівництва, тобто

ринково орієнтований авторитаризм. Існують і теоретичні аргументи на користь даної позиції: в умовах ліберальної демократії, яка відображає запити різних груп суспільства, державі доводиться витратити більше ресурсів на соціальний перерозподіл, захист неконкурентоспроможних і збиткових галузей, зниження безробіття і т. д. Авторитарні режими, навпаки, можуть дозволити собі більш послідовно проводити економічні реформи, в тому числі використовувати державну владу для скорочення споживання в ім'я економічного зростання та проведення структурних реформ. Так, Ф. Фукуяма зазначає, що компетентне втручання держави в ринок, що не порушує меж конкурентного ринку, показало себе повністю сумісним з вельми високим рівнем зростання [4, с. 131]. «Плановики» Тайваню в кінці 70-х - початку 80-х рр. змогли перевести інвестиційні ресурси з таких галузей як текстиль в більш передові, такі як електроніка і напівпровідникова промисловість, незважаючи на значні втрати і безробіття, які терпіла легка промисловість. На Тайвані промислова політика виявилася вдалою тільки тому, що держава змогла захистити «плановиків-технократів» від політичного тиску, і вони мали можливість впливати на ринок і вживати рішення на підставі єдиного критерію – ефективності».

З іншого боку, нобелівський лауреат А. Сен, доводить, що значення ліберальних свобод визначається трьома аспектами: (1) їх внутрішньою значущістю, (2) інструментальними властивостями і (3) конструктивною роллю у створенні суспільних цінностей і норм [1, с. 83]. Також А. Сен згоден з тим, що деякі відносно авторитарні держави, наприклад, Південна Корея, Сінгапур і реформований Китай, дійсно демонстрували більш високі темпи економічного зростання, ніж менш авторитарні країни, такі як Індія, Ямайка та ін. Але в цілому А. Сен вважає, що будучи людською цінністю, свобода водночас виконує і інструментальну функцію. Свобода дозволяє людям і різним соціальним групам впливати на уряди, в результаті чого влада змушена враховувати потреби населення і добиватися у нього підтримки, зокрема на виборах. В умовах демократії влада не може проводити руйнівних для народного господарства експериментів, що ведуть до негативних наслідків для добробуту населення.

У свою чергу, французький соціолог Е. Дюркгейм. зробив внесок у концепцію функціоналізму, яка акцентує увагу на взаємозалежності суспільних інститутів та їх взаємодії при забезпеченні культурної і соціальної єдності нації [2, с. 203]. Дюркгейм робив висновки про те, що капіталістичне суспільство зі складним поділом праці для підтримання порядку потребує економічного регулювання. З іншого боку, в умовах глобальної фінансової кризи, що перейшла у нове десятиліття, ніщо не заважає Вашингтону та Лондону, які змушені сьогодні залучати державу до регулювання та нагляду за економіками, стверджувати, що «ринок є універсальним регулятором».

Отже, вибір моделі державного регулювання та специфіка шляху економічного розвитку кожної держави, і України у тому числі, повинна обумовлюватися особливостями її культурно-ціннісних інститутів, і. як

наслідок, специфікою внутрішніх мотивацій та зовнішніх стимулів економічних суб'єктів, які формуються в межах інституційної архітектури конкретної країни.

**Список використаних джерел:**

1. Белик А. А. Человк в экономической антропологии. М.: Издательство Ипполитова, 2013. 372 с.
2. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии / Э.Дюркгейм; пер. с нем. — М., 1991. — 576 с.
3. Норберг Ю. В защиту глобального капитализма / Ю. Норберг ; пер. с англ. — М. : Новое издательство, 2007. — 272 с.
4. Фукуяма Ф. Социальный капитал // Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу / под ред. Л. Харрисона, С. Хантингтона. - М., 2002. — с. 129-149.

**А.С. Глазкова**, аспірант,  
Український державний університет залізничного транспорту

**ТЕРИТОРІАЛЬНО-ВИРОБНИЧІ КОМПЛЕКСИ У СИСТЕМІ  
ЕКОНОМІЧНОГО РАЙОНУВАННЯ**

Територіально-виробничі комплекси (ТВК) – це поєднання підприємств (установ, організацій), для яких територіальна спільність їхніх компонентів – додатковий фактор підвищення економічної ефективності за рахунок значної стабільності взаємних зв'язків (у тому числі інформаційних) і ритмічності виробничого процесу, скорочення транспортних витрат; раціонального використання всіх видів місцевих ресурсів та сприятливих умов маневрування ними. Сукупність кількох ТВК на певній території породжує взаємозв'язки між ними, зумовлені спільним використанням території і промислової інфраструктури. Створюються умови, за яких стає ефективною централізація деяких виробництв, розрахованих на задоволення потреб ряду комплексів та автономних підприємств. Тоді з'являється регіональний ТВК, який можна вважати основою економічного району. Враховуючи тенденцію до групового розміщення промислових підприємств і пов'язаних з ними об'єктів, до вдосконалення старих і формування нових ТВК, потрібно виробляти дійові заходи ефективного регулювання їхньої діяльності.

ТВК різних масштабів і типів зарекомендували себе як найбільш ефективна форма розміщення продуктивних сил, спеціалізації і пропорційного розвитку господарства України та її економічних районів. Тому, великого значення у розміщенні продуктивних сил набувають ТВК різного змісту і рівня ієрархії, зокрема галузевих, міжгалузевих, інтегральних. Розглянемо їх характеристики. Галузевий ТВК поєднує підприємство на певній території. Галузевим комплексам властиве щільне компонування у вигляді промислових вузлів і центрів, а також промислових агломерацій. Високе просторове

насичення промисловості на обмеженій території сприяє більш тісним зв'язкам структурних елементів комплексів основних виробництв і багатьох об'єктів міжгалузевого значення. Загалом галузевий комплекс є групою підприємств з широкими взаємними виробничими зв'язками, а також залежністю в оптимальному залученні до суспільного виробництва. При цьому особливо важлива роль відводиться зв'язкам соціальної інфраструктури, що сприяє підвищенню ефективності комплексності. Міжгалузеві ТВК формуються на основі певних виробничих процесів, які об'єднують послідовні стадії переробки первинної сировини. Інтегральний ТВК є взаємопов'язаним і взаємообумовленим поєднанням галузей матеріального виробництва на певній території. Галузеві і міжгалузеві ТВК є при цьому лише своєрідними блоками.

Важливими елементами територіальної структури інтегрального господарського комплексу регіонів України є економічні пункти, центри і вузли. Економічний вузол – це локальний господарський комплекс, який поєднує на компактній території всі галузі матеріального виробництва і невиробничої сфери. Економічний центр і пункт визначаються відповідно ширшими та вузькими зв'язками із сусідніми територіями.

Комплекси виконують багатогалузеві функції, але в кожному з них є одне або кілька підприємств, які утворюють виробниче ядро, навколо якого розташовуються інші промислові об'єкти. Часто таким ядром стає електроенергетика. Крім електроенергетичного, в Україні провідними факторами є трудові ресурси, будівельні бази, водозабезпечення, транспорт, утилізація відходів основних виробництв, тощо.

Для багатьох ТВК України поняття комплексності досить умовне, часто під нею розуміють лише спільність території, тісні взаємозв'язки об'єктів виробничої інфраструктури і розташованих у певному районі підприємств, об'єктів сфери обслуговування населення.

Важливою закономірністю, з якою пов'язане формування ТВК, є комплексність розвитку конкретних виробництв. При територіальному зосередженні промисловості немає потреби будувати транспортні шляхи для кожного підприємства окремо, зменшуються витрати на допоміжні і сервісні підприємства, житлово-комунальне господарство, лікувальні заклади.

Під впливом процесу територіального зосередження та закономірності і комплексності у розміщенні виробництва формується територіальна структура економічних районів, яка складається з кількох важливих елементів, створених внаслідок розміщення промисловості, сільського господарства, транспорту. Її промислові елементи можна поділити на дві групи: галузеві й комплексні.

Основні елементи територіальної структури виробництва є ТВК або можуть перетворитися на них. Тільки галузевий і промисловий центри не можна ототожнювати з ТВК у повному розумінні цього слова. Отже, територіальна структура економічного району – це сукупність ТВК різних ступенів досконалості в такому поєднанні, що створює зручну ланку в системі територіального поділу праці.

У ТВК взаємопов'язані виробництва представлені промисловими та іншими виробничими підприємствами, розташованими на різних промислових майданчиках, але на таких відстанях одне від одного, що створюють територіальну єдність виробництва і споживання.

Оскільки суспільне виробництво існує у вигляді виробництва, представленого конкретними підприємствами, то вивчення впливу розміщення окремих галузей на формування комплексів має особливе значення. Найбільше впливають ті галузі, яким властива велика комплексотворна роль. До них належать чорна металургія, паливна промисловість, електроенергетика, машинобудування, лісова і деревообробна промисловість. Легка і харчова промисловість здебільшого формують лише елементарні комплекси або доповнюють комплекси інших типів.

У деяких регіонах України є об'єктивні передумови для формування нових ТВК у зв'язку з наступним нарощуванням промислового потенціалу галузей і регіонів внаслідок побудови нових індустріальних об'єктів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Амоша О.И. Промышленная политика Украины: концептуальные ориентиры на среднесрочную перспективу / О.И. Амоша, В.П. Виневський, Л.О. Збараська // Економіка промисловості. - 2009.-№ 13.- С.4-13
2. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / За ред.В.М. Геєця. - К.: Ін-т екон. прогнозув.; Фенікс,2003.-1008с.
3. Дикань В.Л. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності національної економіки / В.Л. Дикань, О.Г. Кірдіна // Вісник економіки транспорту і промисловості.-2009.-№28.-С.5-11.
4. Маковоз Е.В. Проблемы включения экономики Украины в систему мирового хозяйства./ Авагімов А.А. // Десята науково-практична конференція молодих вчених 4 квітня 2014р. ХНУ ім. В.Н. Каразіна «Актуальні проблеми світового господарства і міжнародних економічних відносин», м. Харків, С. 124-127.

**Т.В. Лень**, здобувач,  
Хмельницький національний університет

### **ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ МАРКЕТИНГОВОГО ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Вчені, які вивчають умови, що сприяють максимальній орієнтації підприємства на запити ринку (а в цьому і полягає головна мета маркетингу), підкреслюють високу значимість адекватних систем матеріального стимулювання. Так, наприклад, Колі і Яворський у своїй праці [1, с. 336] стверджують, що «чим більшою мірою в процесі оцінювання та винагороди менеджерів організація покладається на ринково-орієнтовані фактори, тим

вищим є ступінь ринкової орієнтації організації». Мак-Дональд також підтверджує прямий зв'язок оплати праці працівників, зайнятих маркетинговою діяльністю, з правильною оцінкою ефективності їх праці (у тому числі і з рівнем задоволення споживачів) одним з трьох механізмів досягнення «бездоганного маркетингу» [2, с. 32-33].

Аналіз та оцінювання мотиваційної складової матеріального стимулювання працівників, зайнятих у сфері маркетингу, є одним із етапів проведення досліджень діяльності промислових підприємств Хмельницької області.

Є беззаперечним фактом те, що бездоганна організаційна структура маркетингової діяльності та наявність повноцінного інформаційного забезпечення ще не гарантують якісного та ефективного виконання маркетингових функцій. Мотивація персоналу, зайнятого у сфері маркетингу, і особливо система матеріального стимулювання як ключова частина системи мотивації є невід'ємним елементом організації маркетингової діяльності на підприємстві.

В рамках дослідження був здійснений аналіз підходів до матеріального стимулювання фахівців і керівників маркетингових підрозділів. В ході аналізу основна увага приділялася способам преміювання зазначених категорій працівників, а базовий рівень оплати праці відповідно з посадовими окладами (тарифними ставками), який гарантовано виплачується за фактично відпрацьований час (відповідно до Цивільного кодексу України), було винесено за межі дослідження.

Як відомо, оплата праці керівників, спеціалістів та інших службовців, у тому числі зайнятих маркетинговою діяльністю, в рамках тарифної системи будується на основі тарифно-кваліфікаційних довідників, Єдиної тарифної сітки, тарифних ставок і розрахованих з них окладів. У дослідженні було виділено три типових системи оплати праці: дві, що базуються на погодинній формі, і одну – на відрядній. Відповідно до таких критеріїв, як: застосовувана форма оплати праці, наявність специфічних для маркетингу показників преміювання, а також їх ув'язка з категоріями працівників, зайнятих маркетинговою діяльністю, виділеним системам дано умовні назви.

1) Погодинна, що враховує загальнозаводські показники преміювання, система оплати праці – вона базується на погодинній системі оплати праці, коли за фактично відпрацьований час працівник отримує оплату в розмірі відповідно до свого посадового окладу і можливої персональної надбавки, а понад те – премію за результатами роботи. Розмір премії встановлюється виходячи з виконання певних показників, при цьому кожному показнику відповідає певний відсоток премії. В рамках цієї системи не передбачено жодних специфічних для маркетингу показників, а використовуються показники, загальні для працівників апарату заводууправління: забезпечення встановленого міністерством промисловості темпу зростання обсягу виробництва продукції, виконання плану виробництва продукції основними цехами, дотримання трудової та виконавчої дисципліни тощо.

2) Погодинна, що враховує специфічні для маркетингу показники преміювання, система оплати праці, яка, як і в розглянутому вище випадку, базується на погодинній системі оплати праці. У даному випадку застосовуються показники, що є характерними лише для маркетингової діяльності – кількість укладених контрактів на поставку продукції, залишки готової продукції на складі, рівень бартеру у розрахунках, виробництво продукції за давальницькою сировиною тощо. В якості умов преміювання зазвичай вказується виконання основних показників роботи підприємства. Слід зазначити, що в процесі дослідження було виявлено також таку модифікацію погодинної системи оплати праці зі специфічними для маркетингу показниками преміювання, головною відмінністю якої є наявність специфічних показників не тільки за маркетинговою діяльністю в цілому, але і за окремими категоріями працівників, зайнятих в маркетинговій діяльності. Зазначену систему застосовують лише на одному із досліджених підприємств Хмельницької області, а саме: на ПАТ «Мотор Січ».

3) Відрядно-колективна система оплати базується на відрядній формі оплати праці. Оплата праці та преміювання в рамках цієї форми здійснюється наступним чином. Розраховується відрядно-колективний фонд оплати праці керівників, спеціалістів та інших службовців підрозділів, що здійснюють маркетингові функції, як певний відсоток від суми надходження грошових коштів за продукцію (можлива наявність декількох нормативів, наприклад, що враховують розмір передоплати, надходження коштів від різних груп реалізованої продукції тощо). Ставка відсотка на обстежених підприємствах перебувала в діапазоні 0,5-4%.

Отже, найбільш популярною виявилася система оплати праці «погодинна зі специфічними показниками», її застосовують у тому чи іншому вигляді 46,8% досліджуваних підприємств. Оцінка рівня організації маркетингової діяльності стосовно матеріального стимулювання працівників склала за дослідженими підприємствами 3,33 бали.

При здійсненні шкалювання автор і залучені експерти виходили з того, що рівень організації в цьому випадку є тим нижчим, чим менш диференційованими є показники преміювання працівників, зайнятих маркетинговою діяльністю, на відміну від загальнозаводських, менш розвинена диференціація показників за маркетинговими підфункціями, а розмір преміювання є фіксованим.

В якості таких основних напрямів вдосконалення організації маркетингової діяльності можуть бути рекомендовані:

1) Щодо організаційної структури маркетингу – розширення функціональності маркетингових підрозділів (особливо функцій стратегічного рівня маркетингу), концентрація всіх маркетингових функцій в руках одного «спеціалізованого» керівника, надання йому статусу 1-го заступника директора. Формування організаційної структури, яка найкращим чином відповідає завданням підприємства у сфері маркетингу. За недоцільності формування організаційної структури маркетингу – створювати адаптивну систему



маркетинг-менеджменту для вирішення конкретних маркетингових завдань або віддавати маркетингові функції на зовнішній аутсорсинг спеціалізованим консалтинговим агенціям.

2) Щодо інформаційного забезпечення маркетингової діяльності – підвищення значущості стратегічної і тактичної інформації, посилення диверсифікації джерел, перехід до «непаперових» способів зберігання інформації, більш широке використання формалізованих методів і економіко-математичних моделей при прийнятті управлінських рішень, розробка і підтримка інтерактивного сайту, використання спеціального програмного забезпечення, повна автоматизація управління маркетинговою логістикою.

3) Щодо матеріального стимулювання працівників, зайнятих маркетинговою діяльністю – широке використання специфічно маркетингових показників преміювання, що враховують, в тому числі, і відмінності у виконанні окремих функцій і рівнях маркетингу, широке використання відрядно-колективної системи оплати праці працівників, які здійснюють на підприємстві маркетингу діяльність.

**Список використаних джерел:**

1. Коли Э. Рыночная ориентация: конструкт, научные предположения и практическое применение в менеджменте / Э. Коли, Б. Яворски // Классика маркетинга : сб. статей / Сост.: Б. М. Энис, К. Т. Кокс, М. П. Моква. – СПб. : Питер, 2001. – С. 317–349.
2. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд. – СПб. : Питер, 2000. – 266 с.

**A.A. Lykova**, 1 year doctoral studies,  
University of Wrocław

**PROSPECTS OF ACTIVATION OF THE INVESTMENT ACTIVITY  
FOR COMMERCIAL BANKS IN MODERN TERMS**

In a market economy bank institutions are a basis of the financial system of the state, implementing itself as institution, that provides turnover of the financial resources from the subject, that prefer to save them and multiply, to the subject that search additional resources for development of their business.

Banks, as a participant in the investment process, are called to carry out a management of the accumulated monetary resources to get an operating profit, and also to give them in the order of other subjects of the economic system. Despite this, in Ukraine the investment process takes place, mainly, due to the personal funds of enterprises and foreign investments; a potential of the banking system remains unimplemented.

It is considered that the barriers for increasing of the bank participation in a cash security of the investment process have a system-defined character and they arise up on all the levels of an extended recreation process.

A range of problems of bank institutions investment activity was a subject of research of such scientists as O.F.Androsova, O.V.Vasiurenko, O.D.Vovchak, I.F.Komarnyckii, B.L.Luciv, T.V.Majorova, A.M.Moroz, A.A.Peresada, S.K.Reverchuk, A.V.Cherep. Thanks to such predecessors' contribution it is worth to mark that they adapted theoretical and methodological bases in management of banks investment activity. However, the need of their adaptation to modern conditions determines the further researches in this sphere.

Participation of bank capital in the process of the capital investment financing is occurred, mainly, due to loans allotment. Their specific gravity among other sources of financial capital investment demonstrates a descending trend – from 14,3% (21256,8 mln. hryvnas) in 2006, to 12,3% (23336,2 mln. hryvnas) in 2010 and to 8,8% (17992,3 mln. hryvnas) in 2014.

A high cost of capital is predetermined by the high rate of crediting, and it is one of the reasons of low investment activity in the real sector. As of 2013-2014 a relative share of innovative products in industry was 2,5-3,3% while only about 13% of enterprises provide innovations. Credit and investment bank capital has gradually lost its importance as a source of innovative activity financing for the last few years, because of their specific gravity reduction (together with other sources of innovative activity financing) from 45,64% in 2011 to 13,71% in 2013 and 8,74% in 2014.

The analysis of the financial reporting of banks allows to characterize the investment assets movement of the 1-st and 2-d groups of banks (hereinafter – investment assets) as following. Securities in the bank portfolio for a sale whose share (from 07.2012 to 07.2015) has increased from 89% to 92% make up the swingeing majority in their structure.

For the same period a part of securities in the bank portfolio to redemption has went down from 8,5% to 6,7% and a part of investments in associates and subsidiaries companies has decreased from 2,5% to 0,96%.

Comparing to the total worth of banks assets, a part of investment assets has grown from 7,1% to 10,7% at the beginning of the year. Thus, a growth rate of the investment assets (according to the previous year) dominates as for a growth of the banks assets by 34% in 2013 and 18% in 2015 [1].

Summing up the above-mentioned information allows to establish, that:

- there is a gradual increase of investment assets gravity in the general structure of banks assets;
- it is provided by ongoing growth of the securities transactions while a share of fixed-term securities (possession of which is conventionally associated with portfolio investments) presents insignificant share;
- a downward trend of the part of investments into associates and subsidiaries companies shows that investment in the reproductive process is very limited. In recent years, their share in the structure of investment assets has decreased by half, in the annual dynamics it showed a maximum in 2013 – 2308,6 mln UAH and in 2015 it decreased to 1 359,7 mln. hryvnas (-41%).

Thus, the investment activity of commercial banks in modern terms is limited by securities transactions. However, their structure and the results of individual

researches [5] indicate that they can have a speculative character so they can not be considered as an investment activity in the full sense.

Among the reasons that prevent an investment potential implementation of the banking system are following.

In research [3] the supervision of securities development according to the statistics of banks corresponding operations was executed. Also such selected macroeconomic factors were chosen taking into account the factors of macroeconomic influence: GDP, industrial production index, income, inflation, the official rate of the national currency. It was found that:

- a growth rate of the investment bank transactions with the securities takes place together with a proportional increase of GDP size, profits of population, increase of an activity at the fund market;
- a potential of banks at the securities market rises due to the improvement of macroeconomic position and a total volume of a cash flow at the market;
- a dissimilar dynamics of the implementation of the investment bank transactions with the securities indicates a lack of the effective tool to minimize the investment risks.

According to the results of a poll conducted among banks in the research [6] it was found that obstacles for activation of bank participation in the financial support of Ukraine's innovation potential at the regional level are: a) an absence of the effective state-bank partnership in the sphere of innovations; b) an uneven territorial distribution of bank capital; c) problems of legal regulation of banking. These defects lead to: a) an absence of the selection of the most perspective objects for the innovative financing; b) an inadequacy of the bank resource base; c) a high risk of the long-term innovative projects.

Thus, the prospects of activation of the investment potential for the commercial banks in Ukraine depend on overcoming of the key obstacles for their implementation:

- an improvement of risk management practice of the of the investment transactions with securities;
- an improvement of the legislative mechanisms of implementation in a sphere of the investment activity stimulation;
- a renewal of the confidence in the banking system for stimulation of the long-term investments as a basis for the investment capital formation;
- development and implementation of a state-private partnership model to attract the investments of the commercial banks;
- a substantiation of the examination methodology for the investment projects.

Prospects for further research are in the scientific substantiation of the ways to overcome the above-mentioned drawbacks.

#### **References:**

1. Financial statements of banks [electronic resource] / National Bank of Ukraine. Available from:

- <[http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat\\_id=64097](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=64097)>. [29.10.2015].
2. Capital investments by source of funding [electronic resource] / State Statistics Service of Ukraine. - 2015. - Available from: <[http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/ioz.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ioz.htm)>. [29.10.2015].
  3. Musienko O.M. Trends in general indicators of investment banking securities market of Ukraine [electronic resource] // Economic Sciences. Series: Accounting and Finance. 2013. №10. Available from: <[http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof\\_2013\\_10\(1\)\\_49.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof_2013_10(1)_49.pdf)>. [29.10.2015].
  4. Research and Innovation (1990-2014) [Electronic resource] / State Statistics Service of Ukraine. Available from: <[http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind\\_rik/ind\\_u/2002.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html)>. [29.10.2015].
  5. Tysiachna U.S. Modern status and development of the banking system of Ukraine in the context of ensuring continuity of reproduction processes / economics and business management engineering industry: problems of theory and practice, 2012. № 4, pp. 28-51.
  6. Szaparenkov A.B. The main obstacles participation of banks in the development of innovative potential of Ukraine // Economic Sciences. Series: Accounting and Finance, 2013, №10. Available from: <[http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof\\_2013\\_10\(1\)\\_69.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof_2013_10(1)_69.pdf)>. [29.10.2015].

**С.А. Тюленєв**, аспірант,  
Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України

### **МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ ТА ЙОГО АДАПТАЦІЯ ДО УМОВ УКРАЇНИ**

Україна, попри певні внутрішньополітичні суперечності, протягом усього періоду своєї незалежності послідовно демонструвала бажання бути залученою до глобальних світових процесів і намагалася стати частиною світової спільноти. Активність України в ООН та ОБСЄ, інших міжнародних організаціях, участь у миротворчих операціях одержала високу оцінку на міжнародній арені. Визначною подією світового масштабу стала відмова України від третього у світі за величиною ядерного потенціалу та набуття нею без'ядерного статусу [1, с. 62.].

Проблеми, які заважають Україні забезпечити стабільне функціонування ринку праці, наступні: високий рівень тіньової зайнятості, значна доля економічно неактивного населення працездатного віку, низький рівень зайнятості у співвідношенні до всього населення, відставання якості робочої сили від потреб сучасної економіки, дисбаланс між попитом і пропозицією робочої сили практично за всіма групами професій, суттєвий рівень безробіття серед молоді, низький рівень заробітної плати тощо.

Регулювання ринку праці України потребує вивчення міжнародного досвіду цього процесу, а само: загальноєвропейського ринку праці, ринків праці США, Японії, що дозволить адаптувати національний ринок праці України до кращих світових аналогів.

Основна мета регулювання європейського ринку праці проголошена на Лісабонському Саміті 2000 р., де виділено п'ять головних орієнтирів: - подовження трудового життя, введення безперервного навчання відповідно до завдань економічної реструктуризації; реформування системи соціального захисту; заохочення соціальної інтеграції; надання батькам свободи у визначенні кількості дітей у сім'ї; розвиток імміграційної політики [2].

Мета Лісабонського саміту полягає в забезпеченні більшої кількості кращих робочих місць, більшої соціальної згуртованості, а стратегічна мета – досягти до 2010 р. 70 % рівня зайнятості населення, у тому числі серед жінок – 60 %. Але на сьогодні забезпечити заплановані показники щодо кількості робочих місць та рівня зайнятості не вдалося. Найбільш серйозною проблемою країн ЄС є рекордне безробіття, що значно посилилося в умовах глобальної економічної кризи [3, С.70-73].

В країнах Європи діє достатньо ефективний механізм прямого регулювання ринку робочої сили. Якщо традиційні заходи кредитно-грошової і бюджетної політики змінюють попит на робочу силу, то пряме регулювання ринку праці впливає, головним чином, на якість робочої сили, на структуру її пропозиції. Така діяльність включає розробку і координацію заходів регулювання загальнонаціонального і місцевих ринків праці, визначення основних напрямів професійно-технічної освіти, надання допомоги кризовим районам і галузям, сприяння розвитку підприємницької діяльності, допомога підприємствам з тимчасовими труднощами. Особлива увага надається професійній підготовці кадрів, програмі створення робочих місць, сприянню найму.

На спільному європейському рівні чітко визначені трудові права робітників. Кожна країна, відповідно до своїх власних потреб та економічних можливостей, може встановлювати більш розширенні трудові права та соціальні гарантії працівників.

Регулювання спільного європейського ринку праці не носить жорсткого характеру: кожна країна здійснює власні програми зайнятості, на рівні ЄС здійснюється їх координація, вироблення загальноєвропейської стратегії зайнятості та допомога окремим країнам, що недостатньо просуваються на шляху виконання стратегії.

Для України рекомендуються такі інструменти регулювання ринку праці з урахуванням досвіду ЄС та європейських країн [3, с.16 ]:

1) політика створення нових робочих місць. Основними інструментами цієї політики є гранти, повне чи часткове зменшення видатків на навчання / перенавчання працівників, безкоштовна допомога в пошуку потрібного персоналу, інші пільги з боку як структурних фондів ЄС, так і місцевих органів влади;

2) політика заробітної плати. В Україні має місце зарегульованість заробітної плати, тоді як у європейських державах питання заробітної плати вирішується шляхом колективних переговорів або індивідуально, на рівні підприємства. При цьому підтримується необхідна релятивність між галузями та професіями, а також допустимий рівень інфляції. Як для деяких європейських держав, так і для України, є актуальним перехід від щорічних галузевих угод до середньострокових соціальних пактів.

3) політика трудових відносин. У більшості країн ЄС діють національні тристоронні органи, роль яких переважно консультативна і дорадча, тільки в окремих випадках вони мають повноваження приймати рішення (Латвія, Литва, Польща, Словаччина, Угорщина, Чеська Республіка). Корисним є досвід Естонії, де крім офіційних сторін (уряд профспілки-роботодавці), до категорії учасників соціального діалогу включено добровільні професійні спілки, представники громадських організацій, а також інспекцій праці та судових органів.

Особливості регулювання американського ринку праці пов'язані з децентралізацією законодавства про зайнятість і допомогу безробітним, воно розробляється й ухвалюється кожним штатом окремо. Американська модель регулювання зайнятості включає три складові: 1) пов'язаність державних підприємств з наймом робочої сили; 2) фінансово-кредитна політика регулювання попиту на робочу силу, 3) регулювання зайнятості за допомогою штатної системи законодавства. Регулюючими важелями є здійснення широкомасштабних заходів зі створення нових додаткових робочих місць, перерозподілу трудових навантажень, збереження робочих місць [4].

Для японської моделі характерна система трудових відносин, яка ґрунтується на принципі «довічного найму», за якої на підприємстві забезпечується зайнятість працівника до досягнення ним віку 55-60 років. Розміри заробітної плати працівників і соціальних винагород прямо залежать від кількості відпрацьованих років.

Нові форми найму робочої сили поступово витісняють «довічну оренду». Виділяють: звичайні, які не мають нічого спільного з «довічним наймом» та порівняно нові форми, засновані на цілком інших засадах: вторинне наймання на умовах раніше звільнених працівників, «система обов'язкового набору», «групова довічна оренда». Спостерігається процес переходу від «зарплати по старшинству» до оплати за результатами праці.

При цьому використовуються комбіновані форми зарплати, згідно з якими загальний розмір заробітку залежить як від кількості праці, так і від наступних характеристик: стать, вік, стаж роботи, форма наймання тощо. Загальний заробіток складається із двохскладових: заздалегідь обумовленої (встановленої) і недоговореної (невстановленої) заробітної плати.

На заробітну плату має вплив трудовий внесок, успіхи, старанність у навчанні, підвищенні кваліфікації, вміння працювати в колективі тощо. Важливе значення має оцінка роботи безпосередньо керівником. У цьому плані японська модель істотно відрізняється до західної, де ставки зарплати за

кожним видом роботи, посади, кваліфікації залежать від попиту й пропозиції робочої сили на ринку праці.

Дослідивши міжнародний досвід регулювання ринку праці, можна стверджувати, що в США, Японії, деяких європейських країнах використовуються, перш за все, активні заходи регулювання зайнятості. Досить вагома роль належить створенню нових робочих місць, що підтримується податковими пільгами, субсидіями та дотаціями.

Все зазначене свідчить про необхідність термінового застосування набутого міжнародного досвіду щодо регулювання ринку праці в Україні, пріоритетними напрямками якого мають стати:

- працевлаштування незайнятого населення, допомога в профорієнтації, підготовки та перепідготовки кадрів;
- сприяння створенню й розвитку гнучкого ринку праці та нестандартним формам зайнятості;
- правове забезпечення трудових відносин;
- соціальний захист населення, яке має статус безробітних, осіб, що отримали статус переселенця, учасників АТО;
- сучасний підхід до зайнятості у державній політиці. Зайнятість має розглядатися не як суто соціальний феномен, а бути значно глибшою, адже структурна криза економіки є водночас кризою структури зайнятості, що склалася в національному господарстві країни;
- проведення економічної політики в інтересах зайнятості;
- регулювання безробіття шляхом здійснення заходів активного і пасивного спрямування які мають на меті збереження у безробітних і незайнятих громадян мотивації до праці та сприяють працевлаштуванню.

#### **Список використаних джерел:**

1. Системна криза в Україні: передумови, ризики, шляхи подолання: аналіт. доп. / Я. А. Жаліло, К. А. Кононенко, В. М. Яблонський [та ін.]; за заг. ред. Я. А. Жаліла. – К. : НІСД, 2014. – с. 62.
2. Європейська інтеграція: крок за кроком: [посібник представництва Єврокомісії в Україні] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.delukr.cec.eu.int>.
3. І. Петрова. Соціальні наслідки Євроінтеграції України. Ринок праці. К.: Фонд ім. Фрідріха Еберта. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.library.fes.de>.
4. Котляр А.Б. Зарубіжний досвід регулювання зайнятості населення та можливості його використання в Україні [Електронний ресурс] / Котляр А.Б. // Економічні науки. — 2010. — № 15. — Режим доступу: <http://www.rusnauka.com>.

**К.І. Полінчук**, аспірант,  
Національна академія державного управління при Президентові України

## **ДЕРЖАВНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Основою будь-якого розвитку є ресурси, які необхідні для подальшого зростання. У сучасній економіці існує два протилежних механізми залучення коштів – кредитний та інвестиційний. В основі першого лежить необхідність повернення за умови збереження контролю, в основі другого – можливість втрати одноосібного управління, проте відсутня необхідність погашення боргу з плином часу.

У світовій практиці кредити все частіше стають джерелом фінансування державних проектів з розвитку від міжнародних організацій – Міжнародного валютного фонду, Європейського банку реконструкції та розвитку, Світового банку. Основною характеристикою таких кредитних програм є невисокі відсотки, довгий термін, виділення під конкретний державний проект і, як показує практика, можливість реструктуризації за складних умов для економіки країни-боржника. Подібне кредитування має дещо політичний відтінок – зазвичай кошти виділяються під проекти в рамках розвитку ринкової економіки для держав, які обирають «західний» шлях зовнішньої політики. В якості гарантій можуть також вимагатися внутрішні реформи для збільшення дохідної частини бюджету: підвищення пенсійного віку населення, підвищення податків, скорочення робочих місць, підвищення комунальних тарифів.

Отже, більш популярним і ефективним джерелом фінансування розвитку, в рамках приватного сектору та ринкової економіки, є прямі іноземні інвестиції. Існує безліч варіантів ролі держави в інвестиційному процесі: від регулятора, шляхом формування законодавства, до безпосереднього учасника, через державні фонди та спільне фінансування проектів. Розглянемо на прикладі української економіки державний механізм сприяння залученню інвестицій, основою якого є створення та реалізація державних програм розвитку, введення пільгових умов для інвесторів, проведення програм з приватизації державного майна, а також гарантії не лише на внутрішньому рівні, а й у рамках міжнародних угод.

Основною державною програмою розвитку є «Україна-2020», яка складається з чотирьох основних векторів руху, одним з яких є вектор розвитку. В рамках його реалізації передбачено створення нової Програми залучення інвестицій і впровадження стимулюючих механізмів інвестиційної діяльності, виходячи із найкращої світової практики. Важливою галуззю для залучення іноземних інвестицій визнано енергетичний сектор України, а ключовим напрямком – модернізація Єдиної газотранспортної системи України, електрогенеруючих потужностей і електромереж, а також залучення стратегічних інвесторів до вугільної галузі, після проведення її реформування.



Окрім цього, в Програмі розвитку «Україна 2020» визначено два ключових індикатори економічного стану на період 2015-2020 рр: рейтинг за зобов'язаннями в іноземній валюті за шкалою рейтингового агентства Standard and poors має бути не нижчим інвестиційної категорії «ВВВ»; чисті надходження прямих іноземних інвестицій за даними Світового банку повинні становити понад 40 млрд. доларів США [5].

З метою залучення іноземних інвестицій в Україні формуються спеціальні економічні зони (далі – СЕЗ), які визначаються як частина території України, на якій встановлюються і діють спеціальний правовий режим економічної діяльності, а також порядок застосування та дії законодавства України; запроваджуються пільгові митні, валютно-фінансові, податкові та інші умови економічної діяльності національних та іноземних юридичних і фізичних осіб. У 1992 році Верховною Радою України було прийнято Закон України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон». Закон дозволяє створення різних типів СЕЗ: вільні митні зони та порти, експортні, транзитні зони, митні склади, технологічні парки, технополіси, комплексні виробничі зони, туристсько-рекреаційні, банківські, страхові [3]. Загалом в Україні існувало 12 СЕЗ і 72 території пріоритетного розвитку зі спеціальним режимом інвестиційної діяльності, проте після реорганізацій залишилося лише 10 СЕЗ.

Важливою частиною залучення прямих іноземних інвестицій є державна програма приватизації, оскільки більша частина інвестиції припадає саме на готові об'єкти, а не на побудову нових. В Україні перелік об'єктів, які підлягають приватизації, було визначено лише 12 травня 2015 року Постановою Кабінету Міністрів України №271. Серед об'єктів, які підлягають приватизації, багато підприємств паливно-енергетичного комплексу, аграрної промисловості та інфраструктури. Саме ці галузі, в контексті інтеграції України до ЄС, мають стати рушійними силами розвитку та основою зміцнення економічної співпраці з Західними партнерами. Не секрет, що більше 20 років підприємства з вказаного переліку не використовуються на повну потужність і потребують модернізації. Залучення іноземних інвестицій в дані галузі сприятиме як їх оновленню, так і включенню в якості структурних елементів до глобальної Європейської чи світової системи транснаціональних корпорацій. Тому на першому етапі приватизація державних підприємств принесе можливість погашення зовнішньої заборгованості та проведення реформування економіки, на другому – сформує міцні економічні зв'язки з ЄС і створить економічну основу української Євроінтеграції.

Виходячи зі сказаного, першочерговим завданням для нашої держави є побудова нових механізмів і процедур проведення приватизації з метою мінімазації ймовірності виникнення тінювих схем. Для цього на законодавчому рівні вживається відносно новий термін «роуд-шоу». Під цим терміном розуміють визначення потенційних інвесторів, зустрічі з ними, в рамках яких представники Фонду державного майна України та Міністерства економічного розвитку і торгівлі будуть визначати найкращі проекти з приватизації та

подальшого використання об'єктів. Разом з тим, сама процедура та механізми оцінки ефективності поки не закріплені у законодавчій базі, тому маємо лише заміну звичного поняття «конкурс» на «роуд-шоу».

Окрім закріплених на рівні внутрішнього законодавства гарантій захисту та безпеки інвестицій, а також національного режиму для іноземних інвесторів, слід згадати й міжнародні угоди. Згідно національного законодавства, якщо міжнародним договором України встановлено інші правила, ніж ті, що містяться в законодавстві про інвестиційну діяльність України, то застосовуються правила міжнародного договору [4]. З 1994 року наша держава є членом Багатостороннього агентства з гарантування інвестицій, яке як Інституція Групи Світового банку, страхує інвесторів (ставка 0,25-1,25%%) від некомерційних ризиків (війни, соціальні вибухи, експропріація вкладеного капіталу, неможливість переводу прибутку за кордон) [1, с. 304]. 16 березня 2000 року Верховна Рада України ратифікувала «Конвенцію про порядок вирішення інвестиційних спорів між державами та іноземними особами» в рамках членства України в Міжнародному центрі по врегулюванню інвестиційних спорів, Інституції Групи Світового банку з вирішення інвестиційних суперечок, арбітражу та примирення, за допомогою якої було вирішено більше десяти суперечок між іноземними інвесторами та Україною. Окремі положення щодо захисту та гарантій інвестицій закріплені в 71-й двосторонній інвестиційній угоді з іншими державами світу.

З 1997 року розпочато співпрацю України з Організацією економічного співробітництва та розвитку. У 2014 році укладено Меморандум взаєморозуміння між Урядом України і Організацією економічного співробітництва та розвитку щодо поглиблення співробітництва, в рамках якого діє Стратегія секторної конкурентоспроможності для України. Основною метою даної Стратегії є удосконалення інвестиційної політики та збільшення обсягу іноземних інвестицій у три ключові сектори української економіки: агробізнес, відновлювані джерела енергії та промислове виробництво [2].

Отже, основною метою державних механізмів розвитку національної економіки є створення оптимальних умов для залучення ресурсів, їх вдалого використання та максимізації очікуваного ефекту. Найбільш вдало це реалізується тоді, коли державою закріплюються рівні правила гри, які не є дискримінаційними для національних та іноземних учасників, враховуючи світові тенденції до глобалізації економіки. В рамках реалізації державної інвестиційної політики має реалізовуватись і економічна складова, яка враховує проблеми сьогодення. Зважаючи на те, що інвестиції розглядаються як потужний елемент розвитку та зростання, держава має забезпечувати їх активне залучення, шляхом реалізації відповідних програм розвитку, пільгових умов для інвесторів і забезпечення захисту на рівні законодавства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Чубарев В. Л. Міжнародне економічне право: підручник. – К.: Юрінком Інтер, 2009. – 368 с.

2. Меморандум взаєморозуміння між Урядом України і Організацією економічного співробітництва та розвитку щодо поглиблення співробітництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>

3. Про Концепцію створення спеціальних (вільних) економічних зон в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України/ Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>

4. Про режим іноземного інвестування: Закон України від 19.03.1996 № 94/96-ВР/ Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>

5. Про Стратегію сталого розвитку «Україна-2020»: Указ Президента України від 12.01.2015 № 5/2015/ Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>

**В.М. Юхименко**, аспірант,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ СТРАХОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

В сучасних умовах глобалізаційних процесів, страховий ринок є соціально значимим видом економічної діяльності у фінансовій системі будь-якої країни. Страхування несе в собі стратегічну мету – задовольняти потреби споживачів у страховому захисті за допомогою страхових організацій, які акумулюють та ефективно використовують фінансові ресурси. Даний процес тісно пов'язаний з поняттям «платоспроможності» цих страхових організацій.

Питання платоспроможності різних суб'єктів господарювання широко розглядається як вітчизняними так і зарубіжними авторами. Проте, має місце неоднозначність трактування поняття «платоспроможності» як для будь-якої комерційної організації, так і для страхової організації. Систематизація визначення «платоспроможності», що вводяться різними авторами, виявила змішування поняття «платоспроможність» з такими фінансовими поняттями як «ліквідність» і «фінансова стійкість».

Поєднані поняття «платоспроможності» і «фінансової стійкості» простежується в роботах ряду авторів. Так А.І. Муравйов та ін., В.Ф. Палій визнають фінансовий стан підприємства стійким, якщо спостерігається переважання ресурсів над зобов'язаннями [5,6].

У роботах Н.А. Савінської та М.Н. Багієвої простежується тісний зв'язок між платоспроможністю і фінансовою стійкістю. Так, найважливішою ознакою фінансової стійкості представляється платоспроможність. Зокрема відзначається, що в разі визнання компанії фінансово стійкою, її платоспроможність існує як даність [7].

Є.В. Мних наводить наступне визначення «платоспроможності» – це здатність підприємства до швидкого погашення своїх короткотермінових

зобов'язань. Платоспроможним вважається підприємство, якщо його загальні активи більші, ніж довготермінові та короткотермінові зобов'язання. Платоспроможність розглядається у ширшому значенні якості фінансового стану, ніж ліквідність, оскільки передбачає не лише здатність конвертування оборотних активів у засоби платежу, а й фінансову стійкість [4]. На думку М. Г. Чумаченка, «платоспроможність» – це наявність у підприємства коштів та еквівалентів, достатніх для розрахунків з кредиторської заборгованості, що потребує негайного погашення [3].

Поняття «ліквідність» і «платоспроможність» все ж потребують розділення. Відмінність між ліквідністю і платоспроможністю полягає в тому, що ліквідність – це здатність організації перетворити свої матеріальні цінності в грошові кошти, щоб розрахуватися за невідкладними зобов'язаннями, а платоспроможність – це здатність оплатити як уже пред'явлені претензії, так і ті зобов'язання, термін виконання яких ще не настав. Тобто, платоспроможність означає достатність ліквідних активів для погашення в будь-який момент усіх своїх зобов'язань перед кредиторами. Хоча поняття «ліквідність» і «платоспроможність» компанії мають близький між собою зміст, однак ліквідність балансу компанії є обов'язковою, але не єдиною умовою її платоспроможності. Таким чином, платоспроможність – це наявність у компанії активів, що відповідають зобов'язанням за обсягом і термінами погашення.

Втім, платоспроможність компанії полягає в її здатності погашати виключно поточні (короткострокові) зобов'язання за рахунок наявних поточних (оборотних) активів. Це пов'язано з тим, що довгострокові зобов'язання компанії в короткостроковій перспективі можуть бути прирівняні до власних коштів. Здатність же компанії до погашення довгострокових зобов'язань не може бути достовірно визначена, оскільки залежить від значної кількості зовнішніх та внутрішніх факторів впливу. Тобто, вплив таких факторів як загальноекономічна ситуація в країні чи регіоні, інфляційні процеси, політична ситуація, кон'юнктура ринку або склад і структура тарифної ставки, якість страхового портфелю та менеджмент страховика не можна точно оцінити.

Крім того, слід уточнити близькі по суті поняття «платоспроможність» і «фінансова стійкість». Якщо платоспроможність, як зазначалося вище, полягає в здатності компанії виконувати існуючі поточні зобов'язання перед кредиторами, виходячи з наявних у неї грошових коштів та інших оборотних активів, то фінансова стійкість – у здатності компанії зберігати певний позитивний рівень платоспроможності, достатній для виконання своїх зобов'язань, протягом тривалого періоду часу при можливих несприятливих зовнішніх і внутрішніх впливах на її фінансові потоки. Іншими словами, платоспроможність є моментним показником, що характеризує здатність компанії до виконання зобов'язань в певний момент часу. А фінансова стійкість є інтервальним показником, що відображає здатність компанії зберігати достатній рівень платоспроможності в часі.

Діяльність страхових організацій сама по собі породжує і включає в себе поняття «платоспроможність». Особливості страхової діяльності, і, перш за все, специфічний характер виникнення зобов'язань та їх виконання роблять необхідним розгляд змісту поняття платоспроможності страхової організації, як основоположне при дослідженні процесів капіталоутворення, аналізі та оцінці достатності капіталу страхової організації для фінансування зобов'язань.

Як не існує однозначного трактування поняття «платоспроможності» для конкретного суб'єкта господарювання, так і не існує її і для страхової організації. Але, наприклад, Л.В. Шірінян вважає, що фінансова стійкість є частковим виявом фінансової надійності страховика [8, с. 173-178]. Натомість, Н.М. Внукова зауважує, що поняття «фінансова надійність» та «фінансова стійкість» страховика є тотожними та не потребують розрізнення [1]. Л. Временко та О. Корват мають інше бачення категорії «платоспроможність», розглядаючи його як синонім поняття «фінансова стійкість». При цьому вони вважають, що платоспроможність є показником, який характеризує стан страховика не лише на час проведення аналізу його діяльності, але і на майбутнє [2, с. 60—64].

На підставі вищесказаного, можна сформулювати власне визначення поняття платоспроможності страхової організації, яке полягає у здатності відповідати за поточними зобов'язаннями перед кредиторами з урахуванням несприятливого впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, результатом яких може бути відхилення розміру активів і зобов'язань від очікуваної величини в певний момент часу.

Незважаючи на таку велику кількість різних поглядів, необхідно пам'ятати, що платоспроможність страховика повинна слугувати для забезпечення потреб споживачів тому, що будь-який страхувальник зацікавлений у надійності страхової компанії. Для страхувальника-фізичної особи, розмір компанії неважливий. З точки зору надійності, пріоритетним для нього буде якість обслуговування та впевненість у платоспроможності компанії. Для страхувальника-юридичної особи або В2В (бізнес для бізнесу) важливим буде здатність приймати великі ризики, прозорість, рейтинг компанії, наявність стратегії розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Внукова Н.М. Страхування: теорія та практика; Навчально-методичний посібник – Харків - 2004. – 376 с.;
2. Временко Л. Пруденційні режими регулювання страхової діяльності: цілі, задачі, інструменти / Л. Временко, О. Корват // Страхова справа. — 2009. — №1. — С. 60—64.;
3. Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбатов та ін. // за ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. — Вид. 2-ге, перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2003. — 556 с.;
4. Мних Є.В. Економічний аналіз: підручник / Є.В. Мних // Вища освіта XXI століття, вид-во Знання, - Київ, - 2011, 630 с.;

5. Муравьев А.И., Мухин А.Ф., Григорьев Ю.А. Анализ внешнеэкономической деятельности предприятий: Финансы и статистика, Москва – 1991, 217 с.;
6. Палий В.Ф. Новая бухгалтерская отчетность: содержание и методика: Финансы и статистика, Москва – 1991, 107 с.;
7. Савинская Н.А., Багиева М.Н. Риски и устойчивость предприятия, изд-во СПбГУЭФ, Санкт-Петербург – 1999, 99 с.;
8. Шірінян Л.В. Фінансова надійність і фінансова стійкість страховиків / Л.В. Шірінян // Актуальні проблеми економіки : наук. економ. журнал. – 2007. – № 9(75). – С. 173-178.

**Секція 5.**

**СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УМОВАХ  
НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ГЛОБАЛЬНОГО ТА НАЦІОНАЛЬНОГО  
СЕРЕДОВИЩА**

**О.І. Лабурцева**, д.е.н., професор,  
Київський національний торговельно-економічний університет

**СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИЙНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВИХ  
РІШЕНЬ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

Глобалізація сучасного світу породжує практично непередбачувані геополітичні, соціально-культурні та економічні реалії, які створюють принципово нові умови діяльності для суб'єктів всіх без винятку національних ринків. Нова епоха турбулентності в економіці супроводжується хаосом, ризиком та невизначеністю; рівень нестабільності постійно зростає, що зумовлює необхідність формування нових технологій та процедур прийняття управлінських рішень, в т.ч. у сфері маркетингу.

Настання нового етапу економічного розвитку суспільства і відповідні зміни концепції маркетингу знайшли відображення у фундаментальній праці Ф. Котлера та Дж.А. Касліоне «Хаотика: управління та маркетинг в епоху турбулентності» [1]. Значний внесок у дослідження проблематики маркетингового управління в умовах невизначеності здійснено й українськими вченими, а також вченими інших пострадянських країн. Звертає на себе увагу така тенденція: якщо до 2005 р. основна увага приділялася визначенню сутності ризиків у маркетинговій діяльності та їх класифікації (А.О. Старостіна [2]; А. Ліманський [3] та ін.), то контент-аналіз наукових публікацій останнього десятиліття демонструє перехід до поглибленого вивчення найбільш актуальних в сучасних умовах різновидів маркетингових ризиків.

Погоджуючись в цілому з Т.О. Окландер у тому, що маркетингові ризики підприємств за класифікаційною ознакою «місце виникнення ризику» доцільно поділяти на зовнішні (ризики макро- та мікроринкового середовища) та внутрішні, або операційні (ризики за складовими комплексу маркетингу) [4], зазначимо, що технології прийняття маркетингових рішень в умовах ризику та невизначеності застосовуються саме в управлінні другою групою ризиків.

Так, серед ризиків, що виникають в процесі формування й реалізації маркетингової товарної політики, найбільш помітна роль сьогодні належить інноваційним ризикам, оскільки для багатьох підприємств в умовах швидких змін перманентні інновації перетворюються на спосіб існування. На думку С.М. Ілляшенка, такі ризики для підприємства-інноватора полягають в тому, що нова продукція не реалізується у намічених обсягах і за наміченими цінами, затягуються терміни реалізації інноваційного проекту, наслідком чого є

недовикористання прибутку або ж збитки [5, с. 97]. С.М. Ілляшенко пропонує систематизувати суб'єктивні ризики інноваційного процесу за основними етапами створення інновації; основними інструментами зниження цих ризиків виступають маркетингові дослідження, зокрема ретельне тестування задуму та зразків нового товару у відповідних цільових сегментах ринку.

Згідно запропонованому нами визначенню, у маркетинговій ціновій політиці ціновий ризик являє собою можливість погіршення фінансових результатів діяльності підприємства внаслідок відхилення призначеної ним ціни від оптимальної для тієї ситуації, що склалася на ринку в даний момент часу. Породжувати ціновий ризик здатні всі фактори, вплив яких враховується при встановленні ціни (попит, витрати, конкуренція, діяльність торгових посередників, державне регулювання цін тощо). Проте, в умовах фінансово-економічної кризи, що триває, одним з найбільш критичних джерел ризику стає зниження купівельної спроможності переважної більшості населення, а отже, на чільне місце висувається фактор попиту, причому еластичного попиту. Проблеми управління ціновими ризиками в умовах еластичного попиту досліджує О. Яшкіна [6], яка пропонує будувати регресійні економіко-статистичні моделі залежності попиту від ціни, аналізувати співвідношення результатів (продажів, прибутку) та ризику для різних значень ціни і вибирати найкращу ціну за цим співвідношенням.

При здійсненні маркетингової збутової політики вирішуються насамперед такі проблеми, як створення та управління власною службою збуту, створення та управління системою каналів збуту, а також управління товарорухом (маркетингова логістика). Кожна група проблем породжує відповідні ризики. Так, якщо розглядати лише поточне управління відповідними системами, то ризик неефективного функціонування власної служби збуту можна суттєво знизити, застосовуючи технології ефективного проведення ділових переговорів та здійснення продажів, а ризик неефективного функціонування системи розподілу – за допомогою методик подолання конфліктів у каналах збуту. Що стосується маркетингової логістики, то тут увага дослідників концентрується на управлінні ризиками у ланцюзі поставок [7] та на можливостях перерозподілу ризиків у ланцюгах поставок у форматі концепцій чистих та комерційних ризиків [8]. Стрімке поширення інформаційно-комунікаційних технологій, розвиток електронної комерції викликали до життя навіть такий специфічний сучасний напрям досліджень, як ризик-менеджмент у електронній логістиці (В.В. Вітлінський, В.І. Скіцько [9]).

Серед ризиків, що виникають в рамках маркетингової політики комунікацій, більшою мірою досліджені наукові підходи до оцінки і управління ризиками рекламодавців (А.Н. Баутов, [10]), а також до здійснення ризик-комунікацій та паблік рілейшнз у кризових ситуаціях (В.В. Баглай, [11]). До сфери компетенції паблік рілейшнз безперечно належить і управління репутаційними ризиками підприємств [12], що стає особливо актуальним у зв'язку з тенденцією становлення концепції сталого розвитку та поширенням принципів корпоративної соціальної відповідальності підприємств.



Недостатньо дослідженими поки що залишаються ризики, з якими мають справу підприємства при здійсненні стимулювання збуту та прямого маркетингу, а також при застосуванні синтетичних інструментів комунікації (виставки і ярмарки, івент-маркетинг, спонсорство, продакт-плейсмент тощо). Хоча ми і не поділяємо точку зору, згідно якої брендинг розглядають в контексті виключно маркетингових комунікацій (як слушно наголошують Ф. Котлер та К.Л. Келлер, «за допомогою однієї лише реклами торгіву марку не створити... головна роль належить все ж самому товару або послугі та маркетинговим заходам, що їх підтримують» [13, с. 312]), проте ризики брендингу та ребрендингу в сучасних умовах є дуже значимими й досліджуються, наприклад, Є. Козіною [14]. На нашу думку, на особливу увагу заслуговує також дослідження ризиків, що виникають при формуванні комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК).

Отже, проведені дослідження дають змогу зробити висновок, що в умовах тотального зростання рівня невизначеності у маркетинговому середовищі діяльності українських підприємств спостерігаються тенденції до відносної актуалізації таких різновидів маркетингових ризиків і, відповідно, технологій управління ними: у сфері маркетингової товарної політики – інноваційний ризик; у сфері маркетингової цінової політики – ризик, спричинений зростанням цінової еластичності споживчого попиту; у сфері маркетингової збутової політики – ризики у ланцюгах поставок, і зокрема у електронній логістиці; у сфері маркетингової політики комунікацій – ризики рекламодавців; застосування технологій ризик-комунікації та паблік рилейшнз у кризових ситуаціях; репутаційні ризики; ризики брендингу та ребрендингу.

Перспективи подальших розвідок можуть полягати у дослідженні ризиків, з якими мають справу підприємства при здійсненні стимулювання збуту та прямого маркетингу, а також при застосуванні синтетичних інструментів комунікації та формуванні комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Котлер Ф. Хаотика: управління та маркетинг в епоху турбулентності / Ф. Котлер, Дж. А. Касліоне ; [пер. з англ. / під ред. Т.В. Співаковської, С.В. Співаковського]. – К. : Хімджест, ПЛАСКЕ, 2009. – 208 с.
2. Старостина А.А. Риск-менеджмент в маркетинге / А.А. Старостина // Стратегія економічного розвитку України. – 2002. – №. 6 (13). – С. 205-211.
3. Ліманський А. Класифікація ризиків у маркетинговій діяльності / А. Ліманський // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2001. – Вип.17. – С.30-33.
4. Окландер Т.О. Сутність і класифікація маркетингових ризиків промислових підприємств / Т.О. Окландер // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6. – Т. 2. – С. 89-93.
5. Ильяшенко С.Н. Инновационные риски и их классификация / С.Н. Ильяшенко // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №4(46). – С.93-103.
6. Яшкіна О.І. Управління ціновими ризиками в умовах еластичного попиту / О.І. Яшкіна // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 2 (60). – С. 68-70.

7. Голоцван А. Управление рисками в цепи поставок с точки зрения практиков / А. Голоцван, Л. Голоцван // Дистрибуция и логистика. – 2008. – Ч.1. – № 8. – С. 15-18. – Ч.2. – № 9. – С. 18-21.
8. Гусев Д. Возможности перераспределения рисков в цепях поставок в формате концепций чистых и коммерческих рисков / Д. Гусев // Логистика. – 2010. – № 3 (52). – С. 27-29.
9. Вітлінський В.В. Ризик-менеджмент в електронній логістиці / В.В. Вітлінський, В.І. Скіцько // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – №12. – С. 374-384.
10. Баутов А.Н. Оценка рисков рекламодателя и управление ими / А.Н. Баутов // Маркетинг в России и за рубежом. –2002. – №5. – С.13-23.
11. Баглай В.В. Ризик-комунікація та паблік рилейшнз у кризових ситуаціях // Социальные технологии: актуальные проблемы теории и практики. – К. и др., 2006. – Вып. 29. – С. 16-26.
12. Коробко М. Анализ и систематизация основных методов и подходов к управлению репутационными рисками предприятий / М. Коробко // Управление риском. – 2014. – № 1 (69). – С. 2-5.
13. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2006. – 816 с. – (Серия «Классический зарубежный учебник»).
14. Козина Е. Поглотить или создать: риски ребрендинга / Е. Козина // Мое дело. Магазин. – 2008. – № 4. – С. 14-17.

**Т.М. Циганкова**, д.е.н., професор,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

## **ЕКОЛОГІЧНА ДОМІНАНТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

Суперечливі процеси сучасного етапу глобалізації суспільного та економічного розвитку характеризуються загостренням цілої низки проблем, які не тільки уповільнюють прогрес людства, а й загрожують життєвим інтересам всіх мешканців планети, вимагаючи спільного, найшвидшого та конструктивного розв'язання. Безумовно, мова йде про глобальні проблеми людства, серед яких екологічна (деградація земель, озонові діри, парниковий ефект, промислові викиди, руйнування екосистем, проблеми гео- та геліоактивності, екологічні катастрофи тощо) визнається пріоритетною фахівцями як різних країн, так і різних сфер діяльності та рівнів ухвалення управлінських рішень [1-5]. Повною мірою це стосується і маркетингової діяльності міжнародних компаній.

Стратегічно важливі домінанти розвитку сучасної парадигми міжнародного маркетингу доцільно поділити на три групи:

– загальні, які віддзеркалюють основні вектори її розвитку (зростання ролі маркетингу в управлінні, його галузево-секторальна диференціація, формування локальних (регіональних) парадигм, реінтеграція з концепцією внутрішнього маркетингу);

– концептуальні, що характеризують сутність, якісні параметри її вдосконалення (екологізація, індивідуалізація, маркетинг нових ідей, посилення міждисциплінарного характеру);

– операційні, пов'язані з практичними аспектами здійснення міжнародних маркетингових операцій (аутсорсинг та діджиталізація технологій міжнародного маркетингу).

Отже, екологізація маркетингу належить до однієї з десяти домінант його розвитку та має такі особливості: по-перше, екологізація наразі ще не стала пріоритетом діяльності міжнародних компаній; по-друге, перехід до концепції екологічного маркетингу, як показав аналіз маркетингових стратегій ТНК, відбувається здебільшого під тиском вимог споживачів, урядів, громадськості, конкурентів тощо, а не самостійно; по-третє, найбільш значимими інструментами впливу на екологізацію маркетингової діяльності на сьогодні є міжнародні стандарти систем екологічного менеджменту на підприємствах і в компаніях (ISO 14000) та системи управління якістю серії ISO 9000, а також положення відповідних угод Світової організації торгівлі; по-четверте, екологізація є єдиною домінантою вдосконалення міжнародного маркетингу, що безпосередньо пов'язана з необхідністю розв'язання однієї з глобальних проблем людства – критичне погіршення екології планети.

Екологізація, як дії, спрямовані на і реалізацію принципів раціонального природокористування та мінімізації негативного впливу на екологічні об'єкти при здійсненні антропогенної діяльності на локальному, регіональному і глобальному рівнях, поступово стає невід'ємною складовою не тільки підприємницької діяльності, а й державних, наддержавних (ЄС) та глобальних (СОТ) секторальних та функціональних політик (торгова, конкурентна, інвестиційна тощо). При цьому її компонентами згідно існуючих підходів [6, с.256; 7, с.325] вважаються: ресурсозбереження, технології використання та утилізації відходів, альтернативні джерела енергії та раціональні методи використання ресурсів, які, у свою чергу, охоплюють комплексне використання природних ресурсів, безвідхідне та маловідхідне виробництво і замкнутий цикл водопостачання.

Вочевидь в умовах економічної глобалізації та формування глобальних товарних ринків слід очікувати активного розвитку таких сучасних інституціональних складових екологізації як формування глобальної стратегії захисту навколишнього середовища, наднаціональне співробітництво у реалізації масштабних еколого-соціальних проектів, взаємодія та координація національних урядів при розв'язанні існуючих та вірогідних екологічних проблем, глобальний контроль стану навколишнього середовища, порівнева централізація та децентралізація регулювання природоохоронних заходів на основі субсидіарного розподілу повноважень сторін.

Крім того, в умовах знаннєвої економіки та посилення ролі маркетингу у результативності економічної діяльності потребує виокремлення і комплексного дослідження поведінкова складова екологізації – пріоритетні термінальні цінності, здоровий спосіб життя, споживацькі мотиви, очікування та переваги тощо. Таким чином, в екологізації економічного розвитку слід виокремлювати три ключові напрями: техніко-технологічний (традиційний), інституціональний (глобальний) та поведінковий (маркетинговий).

Компанії, країни та світове суспільство в цілому пройшли досить довгий шлях до появи, усвідомлення та використання концепції сталого розвитку, яку ООН трактує як розвиток суспільства, що дозволяє задовольняти потреби нинішнього покоління, не наносячи при цьому шкоди можливостям майбутніх поколінь для задоволення їхніх власних потреб [8], що прослідковується при аналізі чотирьох основних підходів, якими керуються економічні суб'єкти при організації своєї діяльності та дослідженні її впливу на навколишнє середовище: екологічний нігілізм, неомальтузіанство, екологічний технократизм та сталий розвиток.

Суголосним концепції стійкого розвитку є поняття “соціально-етичний” маркетинг, з концепції якого виникла окрема концепція екологічного менеджменту, згідно якої усі аспекти господарської діяльності сучасної компанії повинні враховувати екологічні потреби споживачів, вимоги відповідних інститутів та принципи екологічної безпеки. Відповідно з'являється поняття “екологічний маркетинг” як віддзеркалення процесу екологізації маркетингової діяльності та економічної діяльності в цілому нарівні з такими системними компонентами екологізації як управління виробництвом (економічні, техніко-технологічні та соціальні рішення), вдосконалення технологій, модернізація нормативно-правової бази.

Ключові напрями екологізації міжнародної маркетингової діяльності проявляються у численних концепціях екологічного маркетингу, таких як: екологічний маркетинг, маркетинг екологічних товарів та послуг, природокористування, природоохоронної діяльності та відтворення навколишнього середовища, екологічних знань, маркетинг в системі відносин сталого суспільного розвитку, мережевий екомаркетинг [9-14].

Недоліком такого підходу до виявлення напрямів екологізації маркетингу є виокремлення зазначених вище концепцій лише на основі ідентифікації суб'єктів, об'єктів та мети маркетингових дій. Вочевидь, що реальні, стратегічно важливі напрями екологізації такої важливої управлінської функції міжнародних компаній слід шукати в площині сучасних інструментів і технологій міжнародного маркетингу, а також власне функцій екологічного маркетингу: вивчення та створення попиту на екологічні товари, сприяння формуванню закордонних ринків такої продукції, адекватна стандартизація / адаптація елементів міжнародного маркетингового комплексу, екологізація виробничого циклу, розвиток корпоративної культури з акцентом на екологічну відповідальність та створення екологічно позитивного міжнародного іміджу компанії.

**Список використаних джерел:**

1. Prof. Jatin K. Modi. Green Marketing and Sustainable Development Challenges and Opportunities // Indian journal of applied research, Volume 4, Jan 2014. – p. 323 – 326.
2. Tamames R. World Economic and Enviromental Order / R. Tamames, J.M. Chairholder. UNESCO. Madrid, 2008. 53p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.eumed.net/cursecon/textos/Tamames-Env\\_Order.pdf](http://www.eumed.net/cursecon/textos/Tamames-Env_Order.pdf)
3. Лисак О.І. Проблеми екологізації сільськогосподарського виробництва / О.І.Лисак // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013.-№1(2)ю – с.188-194
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. Под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2005. – 608 с.
5. Ottman J. The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding. – Berrett-Koehler Publishers, 2011.256p
6. Дедю И.И. Экологический энциклопедический словарь / И.И. Дедю; Предисл. В.Д. Федорова.- К.: Гл. ред. Молд. энцикл., 2005. – 406 с.
7. Семенов В.Ф. Екологічний менеджмент: Навчальний посібник / за ред. В.Ф. Семенова, О.Л. Михайлюк; М-во освіти і науки України, ОДЕУ. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 407с.
8. Report of the United Nations Conference on Environment and Development (1992). – United States. General Assebbly. [Електронний ресурс]. – Режим доступ: <http://www.un.org/documents/ga/conf151/aconf15126-1annex1.htm>
9. Портер Майкл, Э.Конкуренция; [пер.с англ.]-М.:Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608с.
10. Садченко О.В. Концепції екологічного маркетингу / О.В. Садченко // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2009. - №3. – с.71-79
11. Тендюк А.О. Методичний підхід до впровадження екологічного маркетингу на мезо- та мікро рівнях / А.О. Тендюк, С.М. Васильківський // Економічні науки. Сер.: Економіка та менеджмент. – 2013. – Вип. 10. – с.225-232
12. Сокур М.І. Економічні аспекти екологічного маркетингу / М.І. Сокур, І.В. Самойленко // Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. Сер.: Економічні науки. – 2013. – Вип. 4. – С. 27-34.
13. Ращенко А.В. Суть та еволюція поняття «екологічний маркетинг» / А.В. Ращенко // Економічні науки: зб. наук. Пр.. – Чернівці: Книги – XXI, 2011. – С. 188 – 194.
14. Endres A. Environmental Economics. Theory and Policy / Alfred Endres// 2011/ - 377p.

**Т.В. Дубовик**, д.е.н., доцент,  
Київський національний торговельно-економічний університет

## **ЕТИКА ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ**

У зв'язку з фундаментальними змінами в сфері поширення інформації, обумовленими зростаючою роллю Інтернету й соціальних мереж у житті суспільства; з урахуванням необхідності модифікації міжнародного й національного законодавства у відповідності із цими змінами; розуміючи технологічні й функціональні особливості інформаційно-комунікаційних мереж – виникає нагальна потреба в дослідженні методичних та науково-практичних підходів до вирішення питання відносно етичності інтернет-маркетингових комунікацій підприємств торгівлі. У той час як витрати на інтернет-рекламу в світі продовжують зростати і соціальні медіа, такі як Facebook і YouTube, широко використовуються компаніями для просування брендів, спостерігається зниження кількості кліків на рекламу, збільшення скарг споживачів на інтернет-рекламу, які можуть бути пов'язані з негативним ставленням споживачів до рекламних звернень.

За останні 20 років багато досліджень було проведено в області споживчої і маркетингової етики (Hunt and Vitell, 2006 [10]; Nwachukwu et al., 1997 [11]; Vitell, Singhapakdi and Thomas, 2001[12]; Vitell, 2001 [13]). Дослідження в сфері етичних питань, пов'язаних з інтернет-торгівлею, є відносно новими. Marshall (1999) проаналізував, як технологія представила нові етичні проблеми між технологічною та етичною складовою розвитку. Maury і Cleiner (2002) досліджували питання особистої інформації в цифровому середовищі. Kracher і Corritore (2004) обговорювали питання етики в електронній комерції: чи це є щось особливе або відрізняється від ділової етики. McMurrian і Matulich (2006) проаналізували значення етичного буття у веб-середовищі. Thompson і Jing (2007), Hwang і Kim (2007) досліджували питання електронної довіри, яке тісно пов'язано з питанням етики електронної комерції. Nardal і Sahin (2011) досліджували етичні проблеми в електронній комерції, що виникають в сфері інтернет-торгівлі.

Одним з найбільш важливих відмінностей у застосуванні етики в електронній комерції та традиційній торгівлі є питання етичного лагу. Це відбувається, коли швидкість технологічних змін значно перевищує темпи етичного розвитку (Marshall, 1999, Kracher, Corritore, 2004). Існує кілька причин, чому етичні системи відстають від розвитку технологій. По-перше, витрати і складність технологічного розвитку сьогодні привертає увагу значної кількості розробників технологій у вузькоспеціалізованих сферах. По-друге, нові технології надають можливість отримання економічної віддачі, але у висококонкурентному середовищі. Доцільно припустити, що етичні норми розвиваються більш повільніше, ніж технології, а також зміни навколишнього середовища.

Нові технології та передові цифрові методи дозволяють сучасному споживачу користуватися різними веб-і мобільними платформами. На сьогодні існує велика кількість веб-асоціацій і регулюючих органів, таких як Інститут реклами етики (IAE), Бюро інтерактивної реклами (IAB), які розробили чіткі терміни для веб-маркетологів і представників інтернет-торгівлі, для забезпечення прозорості інтернет-простіру і створення е-довіри споживачів.

Інститут реклами етики (IAE) визначив правила, яких рекламодавці повинні наслідувати при продажу товарів або здійсненні інтернет-маркетингових комунікацій:

– Всі форми рекламного матеріалу повинні підтримувати спільну мету щодо представлення правдивої інформації і повинні бути засобом для задоволення потреб громадськості.

– Рекламодавці повинні проводити чітке розмежування між корпоративними комунікаціями, прес-релізами, рекламою.

– Видавець повинен розкривати всі умови стимулювання цільових аудиторій заздалегідь і чітко, а не тільки зірочками (\*) і дрібним шрифтом в кінці документа, які іноді можуть залишитися непоміченим споживачем.

– Якщо cookies використовуються для відстеження та виявлення налаштування користувача, онлайн-активності, то це повинно бути чітко зазначено до того, як користувач починає перегляд сайту.

– Розміщення рекламних оголошень в жодному разі не повинно заважати огляду користувача, і вони не повинні бути замасковані під виглядом редакційних матеріалів.

– Якщо підприємство продає товари на інтернет-платформах або в автономному режимі, рекламодавці повинні дотримуватися федеральних, державних та місцевих рекламних законів.

Дослідження автора, проведене весною 2015 р. щодо стурбованості споживачів щодо конфіденційності інформації свідчать, що: 12 % респондентів, які діляться власними особистими даними, натомість очікують вигоди, доступу до унікальних пропозицій у відповідь; 26 % – не бачать цінності в своїх персональних даних і не виражають помітної заклопотаності з цього приводу; 41 % – знають, що соціальні мережі можуть використовувати їх особисті дані для інформування про спеціальні пропозиції; 34 % – мають захищені приватні налаштування та знають, як змінити налаштування конфіденційності на своєму веб-браузері. Також автором було виявлено, що три змінні мають важливе значення для оцінки етичного характеру інтернет-маркетингових комунікаційних інструментів – це: рівень втручання інструментів інтернет-маркетингових комунікацій в особисте життя споживача; рівень особистої недоторканності (незалежності) приватного життя споживача; характер / природне походження / шкідливість товару.

**О.О. Євдоченко**, к.е.н., доцент,

**Н.В. Чала**, магістр,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

## **ЕКОЛОГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ МАРКЕТИНГУ ГЛОБАЛЬНИХ КОМПАНІЙ**

Загострення екологічних проблем та необхідність впровадження екологічних стандартів в міжнародну діяльність компаній зумовлюють зростання інтересу до такого поняття як «комплекс екомаркетингу» як складової частини концепції соціально-відповідального маркетингу з широким спектром інструментів – від різноманітних екозаходів з формування зв'язків з громадськістю (наприклад, прибирання парків, висадка дерев або встановлення велопарковок), впровадження у виробничий процес ресурсозберігаючих технологій, використання екологічної упаковки або взагалі відмова від неї, впровадження принципів «зеленого офісу» тощо до переходу до інтегрованої системи сталого розвитку компанії.

Оптимальний екомаркетинг-мікс компанії являє собою систему маркетингових інструментів та заходів, завдяки якій забезпечується досягнення встановлених екологічних цілей за раціонального використання наявних коштів маркетингового бюджету [1].

Аналізуючи складові комплексу екомаркетингу, слід розпочати з міжнародної товарної політики, яка орієнтована, в першу чергу, на забезпечення:

- екологічної безпеки та якості товару в цілому, тобто забезпечення відсутності шкідливих речовин у товарі, його упаковці, відсутності екодеструктивних властивостей споживання / використання товару;

- екологічної якості виробництва – забезпечення раціонального використання сировини, матеріалів, енергії, мінімізація емісії шкідливих речовин у процесі виробництва, заміна екодеструктивних процесів екологічно нейтральними або сприятливими;

- високої екологічності утилізації, рециркуляції або ліквідації відходів виробництва – спрямованість на мінімізацію використання матеріалів, які не підлягають утилізації, рециркуляції;

- екологізації асортиментної політики у напрямку збільшення питомої ваги товарів з високим рівнем екологічної безпеки [2].

Міжнародна цінова політика в екологічному маркетингу дозволяє стимулювати збут екологічних товарів, і навпаки, стримати збут товарів, які на одному з етапів життєвого циклу спричиняють суттєвий екодеструктивний вплив.

На політику ціноутворення в даному випадку впливають крім стандартних факторів ще й заходи з охорони довкілля, діяльність як міжнародних, так і регіональних громадських організацій з екологічних питань, політика



конкурентів в галузі екологічної безпеки, екологічні запити споживачів тощо. Крім того, при ціноутворенні для екологічно безпечних товарів обов'язково необхідно зважати на ціновий діапазон аналогічної продукції конкурентів і ціну споріднених товарів, які не є екологічними.

Міжнародний розподіл екологічної продукції – це забезпечення реалізації товару на різних ринках у встановлені терміни з мінімальною шкодою для довкілля, збереженням якості товару з мінімально можливими затратами на відновлювальних або частково відновлюваних енергоносіїв та ресурсів у логістичному ланцюгу [3, с. 90].

Основною метою розподільної політики є формування оптимальної міжнародної розподільної системи для збереження властивостей екологічного продукту і його реалізації у найкоротші терміни. Саме тому політика розподілу в екологічному маркетингу пов'язана з можливостями екологізації збутової логістики, через використання ресурсоощадного та екологічно чистого транспорту, альтернативних джерел енергії, а також систем пакування та складування, що передбачає зменшення відходів. В свою чергу екологізація політики розподілу сприяє формуванню корпоративного іміджу глобальної компанії.

Міжнародна комунікаційна політика в екомаркетингу спрямована на: формування попиту та стимулювання збуту екологічно безпечної та чистої продукції, екологічні товари та технології; інформування споживачів та суспільства про екологічні властивості продуктів (послуг), екологічні пріоритети та рівень екологічності діяльності компанії; створення позитивного іміджу продукту та компанії; формування у споживачів системи знань про екологічну безпеку продукції, відповідні системи сертифікації та безпеки (наприклад ISO, HACCP) та її окремих елементів, наявність та можливості екологічного маркування та сертифікації, тобто екологізацію суспільної свідомості; мотивацію споживачів, актуалізацію їхніх потреб шляхом роз'яснення існуючих ризиків споживання продукції, що не є екологічно безпечною та містить харчові добавки, стабілізатори, барвники тощо [4].

Реклама є найдієвішим інструментом міжнародної комунікаційної політики щодо привертання уваги до екологічних властивостей товарів, інформування споживачів про користь від споживання екологічно безпечної продукції, створення іміджу глобальної компанії як такої, що дбає про стан навколишнього природного середовища. Та досить часто компанії використовують «greenwashing» – «зелений камуфляж» – для того, щоб засобами реклами показати свій зв'язок з екологією, хоча насправді він нерідко зовсім відсутній [5].

«Екологічний «public relations» спрямований на формування і підтримку сприятливого іміджу компанії, на переконання громадськості в необхідності діяльності підприємства, його благодатному впливі на життя суспільства, і передбачає: формування і відкрите поширення принципів екологічної політики, програм та інформації про роботу компанії; взяття добровільних екологічних зобов'язань стосовно населення, працівників, стану навколишнього

середовища; взаємодію організації з акціонерами та інвесторами, екологічною громадськістю та населенням (проведення круглих столів, поширення екологічних програм і матеріалів); проведення та підтримку компанією діяльності у сфері суспільного екологічного моніторингу і контролю; участь у наукових екологічних дослідженнях; розробку і сертифікацію систем менеджменту якості, екологічного менеджменту та інтегрованих систем менеджменту [6].

Також необхідно враховувати, що традиційні інструменти маркетингового комплексу в екологічному маркетингу доповнюються такими специфічними засобами як екологічне маркування товарів, екологічна упаковка та екологічна сертифікація [7].

Гарантування екологічної безпеки товарів і послуг, своєчасне якісне виконання замовлень та поставок визначають відносини продавця та покупця. Глобальні компанії, зорієнтовані на випуск екологічної продукції для глобального споживач, задля успішної діяльності на різних регіональних ринках повинні реалізувати комплекс заходів, які забезпечать максимально можливе збереження довкілля через екологізацію всіх компонентів маркетингового комплексу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Оксентюк Б. Особливості комплексу маркетингу в екологічному маркетингу [Електронний ресурс] / Б. Оксентюк, А. Оксентюк // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2013. — Вип. 2 (9). — С. 128-137. — Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13odavem.pdf>.
2. Тендюк А.О. Методичний підхід до впровадження екологічного маркетингу на мезо- та мікрорівнях [Електронний ресурс] / А.О Тендюк // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" — 2013 — № 4 — Режим доступу до журн. : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1955>
3. Мних О. Б. Інтелектуальний потенціал логістичних систем / О. Б. Мних // Економіка логістичних систем : [монографія] / [за науковою ред. проф. Крикавського Є. В., Кубіва С.]. — Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2008. — С. 89-121.
4. Скрипчук П. М. Становлення і розвиток екологічних менеджменту, стандартизації, сертифікації / П. М. Скрипчук // Наук. вісник НЛТУ: зб. наук.-техн. праць, 2009. — Вип. 19.4. — С. 76-86.
5. Оксентюк Б. Особливості комунікаційної політики просування екологічного продукту [Електронний ресурс] / Б. Оксентюк, А. Оксентюк // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2012. — Вип. 2 (7). — С. 225-233. — Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12obaper.pdf>.
6. Скрипчук П.М. Екологічний маркетинг як інструмент та інформаційне забезпечення якості життєзабезпечення / П.М. Скрипчук, В.В. Рибак //

Вісник Хмельницького нац. ун-ту. Економічні науки. — Т. 3 (140), № 5. — С. 234-238.

7. Андреева Н.М. Маркетингові екологічні стратегії як концептуальний базис сталого розвитку підприємства / Н.М. Андреева, О.М. Мартинюк. // Механізм регулювання економіки, 2009, № 3, Т. 2

**І.Г. Єгорова**, к.е.н., доцент,  
**Я.О. Ізмайлов**, к.е.н., доцент,  
Криворізький економічний інститут  
ДВНЗ «Криворізький національний університет»

### **ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МІЖНАРОДНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ГІРНИЧО-ЗБАГАЧУВАЛЬНИХ КОМБІНАТІВ УКРАЇНИ**

В сучасних умовах розвитку світової економіки гостро відчувається посилення конкуренції на міжнародних ринках, що висуває більш жорсткі вимоги до просування продукції гірничо-збагачувальних комбінатів України на зарубіжні ринки. Тому для цих підприємств набуває актуальності правильна цілеспрямована організація комунікаційних відносин з іноземними споживачами і вміле використання комплексу міжнародних маркетингових комунікацій.

Міжнародні маркетингові комунікації найчастіше розглядають як процес передавання інформації з метою просування товару та досягнення маркетингових цілей підприємства на зарубіжному ринку [1, с. 199]. Особливості міжнародних комунікацій полягають у розміщенні окремих елементів комунікацій в різних частинах світу, їх віддаленості, впливі різних культур, різниці в часі та значних затратах [2, с. 57]. Хоча існують різні погляди на складові комплексу міжнародних маркетингових комунікацій, проте серед основних з них майже усіма фахівцями з міжнародного маркетингу зазначено: рекламу, стимулювання збуту, особисті продажі, паблік рілейшнз (зв'язки з громадськістю), директ-маркетинг (прямий маркетинг). Серед додаткових складових найважливішими є: міжнародні виставки і ярмарки, пропаганду, Інтернет – комунікації [3, с.202; 4; 5; 6, с.49]. Важливим аспектом застосування маркетингових комунікацій в міжнародній діяльності залізорудних підприємств є врахування мовних бар'єрів, бар'єрів сприйняття (інших поглядів на рекламні повідомлення), впливу культури (культурних цінностей), невербальних комунікацій (вражень, особистої, соціальної і публічної дистанції) [2, с. 58].

Алгоритм формування комплексу міжнародних маркетингових комунікацій складається з таких послідовних кроків: визначення завдань комплексу; дослідження цільової аудиторії та бажаної зворотної реакції; вибір форми звернення; вибір засобів впливу; формування бюджету; формування каналів зворотного зв'язку.

До особливостей діяльності залізорудних підприємств України на зарубіжних ринках, на які слід звернути увагу при формуванні та використанні комплексу міжнародних маркетингових комунікацій, належать: великі обсяги реалізації відносно однорідної продукції, яка може бути диференційована за видом залізорудної сировини (залізорудний концентрат, агломерат або окатиші) і за декількома якісними характеристиками (вмістом заліза, вологи та домішок, основністю тощо); лаг у часі між укладанням контракту про закупівлю залізорудної продукції та її отриманням та супутні ризики, що виникає через транспортування залізницею чи морським транспортом; налагодження тісних ділових стосунків; наявність стабільних відносин після тривалого співробітництва між підприємствами-покупцями та продавцями; високий професійний рівень представників споживачів продукції. Гірничо-збагачувальні комбінати України найчастіше обирають міжнародну маркетингову стратегію концентрації на зарубіжному ринку. Загальна система засобів міжнародного маркетингу цих підприємств включає в себе продукцію та її збут, встановлення місця збуту, виважену цінову та товарну політику, просування залізорудної продукції та імідж самого підприємства. Кожен з комбінатів може встановлювати базовий рівень ціни на свою продукцію з урахуванням вмісту заліза, а потім, порівнюючи її з аналогічною продукцією конкурентів, визначати в кожний конкретний період часу її відмінні риси й установлювати на неї ринкову ціну. При реалізації основної продукції усі залізорудні підприємства України використовують прямі та комбіновані канали збуту (на зовнішньому ринку може залучатись компанія, яка працює зі споживачами залізорудної сировини даного регіону світу).

Для залізорудних комбінатів України рекомендується застосовувати:

– особистий (персональний) продаж та прямий маркетинг, коли відбувається прямий контакт з представниками підприємства-споживача, а також досить поширений у США і Великій Британії телемаркетинг, де презентація продукції здійснюється з використанням телефонного контакту, що дозволяє оперативно донести інформацію про продукцію, визначити рівень зацікавленості іноземного промислового споживача, установити перший контакт і домовитись про повторний контакт або про зустріч з маркетинговим менеджером (представником металургійного комбінату);

– участь у спеціалізованих міжнародних виставках і ярмарках, які надають можливість учасникам з різних країн знайти нових партнерів, укласти довгострокові контракти, отримати інформацію про тенденції розвитку міжнародного ринку, його окремих сегментів та конкуруючих компаній. Майже 90% фахівців і керівників промислових компаній позитивно оцінюють виставково-ярмаркові заходи, відзначаючи їх як один з кращих способів поширення інформації серед учасників міжнародного ринку. Серед виставок товарів промислового призначення в світі найбільш корисними для гірничо-збагачувальних комбінатів вважають: Міжнародну промислову виставку ITFM, Ганноверську промислову виставку-ярмарок (Hannover Messe), Міжнародну виставку «Гірниче обладнання, видобуток та збагачення руд та мінералів»;

– інтернет-комунікації, які активно використовуються у комерційній діяльності для інформування суб'єктів міжнародного ринку з огляду на те, що нині важко знайти підприємство, яке не має власного корпоративного сайту, а міжнародні компанії володіють навіть декількома сайтами для кожного окремого регіону, на декількох мовах.

Оскільки більшість гірничо-збагачувальних комбінатів України входять до компанії «Метінвест», то основні маркетингові дослідження міжнародного ринку, пошук каналів збуту та проведення щорічних акцій та презентацій відбувається під керівництвом маркетингового підрозділу компанії «Метінвест», яка входить до десятки найдорожчих корпоративних брендів України за версією рейтингових агентств. Вартість бренду оцінюється у 35 млрд. грн. Такий бренд як «Метінвест» створює імідж для всіх підприємств цієї структури. Адже приналежність до бренду свідчить про високу репутацію підприємства, а отже існує більший попит на його продукцію, більше коло споживачів. «Метінвест» розробив єдині стандарти сучасного маркування продукції, відстеження замовлень та інформування клієнтів із залученням зовнішніх консультантів для усіх підприємств «Метінвест Холдингу». Це дозволяє оптимізувати ланцюжок взаємин зі споживачами та ефективніше реагувати на запити міжнародного ринку. Для поліпшення інформованості споживачів опрацьовується опція автоматичного повідомлення споживачів електронною поштою про оперативне завантаження продукції у вагони. Визначено списки ключових клієнтів, в т.ч. іноземних, для яких створені особливі умови співпраці.

Визначити ефективність міжнародних маркетингових комунікацій за допомогою однієї універсальної формули є досить проблематичним. Тому для гірничо-збагачувальних комбінатів України рекомендується як найбільш корисний підхід, згідно з яким спочатку відбувається розгляд якісних сторін маркетингових комунікацій, коли вимірюється рівень охоплення аудиторії промислових споживачів, рівень впливу на неї та кількість використовуваних каналів (інструментів) комунікацій. Остаточний розрахунок економічної ефективності міжнародних маркетингових комунікацій потрібно здійснювати шляхом співставлення отриманих вигід від застосування того чи іншого каналу (інструменту) комунікацій з витратами підприємства на його організацію.

До основних шляхів вдосконалення комплексу міжнародних маркетингових комунікацій гірничо-збагачувальних комбінатів України пропонується віднести: оптимізацію міжнародного комунікаційного процесу з традиційними споживачами залізорудної продукції в країнах Східної Європи і Китаї та фокусування на максимальному задоволенні потреб цих споживачів; продовження активної участі у спеціалізованих зарубіжних виставках; донесення інформації до металургійних підприємств, що є потенційними споживачами, за допомогою цільових інтернет-розсилок, оголошень на спеціалізованих інтернет-сайтах, а також розробку сайтів для потреб кожної країни-споживача; активізацію прямих комунікацій, тобто прямого листування, комерційних пропозицій та ділових перемовин щодо прямого продажу;

покращення міжнародного соціального іміджу залізорудних підприємств як таких, що піклуються про екологічну безпеку своєї країни разом з європейськими країнами, через вступ до ICLEI (Міжнародної асоціації органів місцевого самоврядування) в якості активних учасників. Це відкриє нові можливості для пошуку країн, до яких може відбуватися збут продукції і транспортування на вигідніших умовах.

Таким чином, запропоноване використання надійних і відносно дешевих складових комплексу міжнародних маркетингових комунікацій дозволить розширити присутність національних виробників на зарубіжних ринках збуту залізорудної продукції.

#### **Список використаних джерел:**

1. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: [навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц.] / Т.М.Циганкова. – К.: КНЕУ, 2005. – 236 с.
2. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент: [навч. посіб.] / Є.Г.Панченко. – К.: КНЕУ, 1996. – 78 с.
3. Павленко А.Ф. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика/А.Ф.Павленко, А.В.Войчак. – К.: КНЕУ, 2005. – 408 с.
4. Оцінка ефективності системи комунікацій промислового підприємства [Електронний ресурс] / Н.В.Івашова // Механізм регулювання економіки. – Режим доступу: [http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/2007\\_1/3\\_5.pdf](http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/2007_1/3_5.pdf).
5. Сучасна концепція публік рілейшнз у бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ubooks.com.ua/books/00049/inx40.php>.
6. Котлер Ф. Бренд-менеджмент в В2В сфері / Ф.Котлер, В.Пферч. — М.: Издательство «Вершина», 2007. – 432 с.

**В.В. Журило**, к.е.н., доцент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ В УКРАЇНІ У ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

У сучасному українському суспільстві спостерігається низка соціокультурних змін, які впливають на різні сфери життєдіяльності людини, у тому числі на її споживання. Більшість соціокультурних тенденцій, які призводять до трансформацій у споживчій поведінці на переважній кількості товарних ринків, є наслідком інтенсифікації інтеграційних процесів, що відбуваються у світовій економіці та економіці України зокрема. На думку соціологів, українському суспільству сьогодення притаманна споживча ідеологія, яка характеризується «насадженням гедоністичних принципів організації життя, пропагандою швидкого, негайного збагачення за всяку ціну, споживання дорогих престижних речей, у цілому гарного життя» [1].

Особливої уваги, на нашу думку, заслуговує дослідження особливостей

формування культури споживання на ринках високотехнологічних продуктів та технологічних інновацій. Стрімкий розвиток зазначених ринків, активне використання продуктів високих технологій кінцевими споживачами з метою задоволення широкого кола потреб, призвели до формування певного виду соціально-економічної поведінки індивіда, який отримав назву «технологічна культура споживання». Пропонуємо під поняттям «технологічна культура споживання» розглядати модель поведінки споживачів щодо придбання та використання продуктів технологічних інновацій, яка сприяє підвищенню рівня інтелектуалізації суспільства та поширенню високих технологій у різні сфери життєдіяльності людини.

Формування культури споживання є складним процесом, розвиток якого важко спрогнозувати у будь-якому суспільстві. У розвинених країнах він наразі стає домінуючим соціальним процесом та набуває яскраво виражених соціальних ознак, внаслідок переходу суспільств до епохи постмодернізму. В українському суспільстві зміна місця та функції споживання розпочалась під впливом ринкових перетворень та розвитком ринкових відносин. Почали формуватись різні моделі споживання, єдиною ключовою ознакою яких на початковому етапі була залежність від матеріального становища споживачів. Загалом, на формування нової культури споживання впливає широке коло різноманітних факторів: культурних, економічних, психологічних, природних, демографічних, ситуативних тощо.

Чинники, які створюють підґрунтя для формування попиту на ринку продуктів технологічних інновацій та, відповідно, впливають на формування культури споживання, на нашу думку походять переважно з науково-технічного, економічного та соціально-культурного середовищ. Також спостерігається суттєва залежність споживчого вибору від психологічних чинників особистості та його індивідуальних рис. Загалом, усі фактори можна поділити на дві групи: зовнішні та індивідуальні. Ключовими детермінантами зовнішнього впливу є:

- широкомасштабне промислове освоєння наукомістких технологій, їх активна комерціалізація підприємствами, що забезпечує появу нових технологічних продуктів, здатних задовольнити латентні або усвідомлені потреби споживачів на якісно новому рівні;

- поширення моди на використання технологічних новинок, особливо в інформаційно-комунікаційній сфері;

- сучасні стратегії комплексу маркетингових комунікацій підприємства, які мають суттєвий вплив на споживача та здатні ефективно формувати нові бажання, моду, тренди, коло інтересів споживачів, норми його поведінки, соціальні й духовні цінності. Реклама, як найефективніший елемент цього комплексу, керує поведінкою споживачів, стимулюючи їх потреби та спрямовує напрям розвитку їхньої мотивації;

- існування «соціального заохочення» придбання високотехнологічних товарів, що створює конкуренцію споживачів;

- високий рівень соціальної мобільності споживачів (незважаючи на

відсутність в країні чіткої суспільної стратифікації населення), завдяки чому споживач або підкреслює свій соціальний статус, або намагається відповідати сучасним тенденціям та показати, що він «не гірше за інших»;

– формування «професійної вимоги» використання інноваційних товарів інформаційно-комунікаційної сфери у професійній діяльності.

Розглядаючи індивідуальні чинники впливу необхідно акцентувати увагу на психологічних чинниках та особистісних рисах кінцевого споживача, які позначаються на характері споживання:

– існування утилітарного бажання у споживача полегшити буденність життя, спростити та зекономити час на вирішення побутових проблем;

– існування потреби у індивіда в активній комунікації, отриманні та поширенні інформації;

– прагнення людини до задоволення потреб особистісного зростання (потреби в пізнанні та інтелектуальному розвитку, самореалізації та реалізації творчого потенціалу);

– прагнення до індивідуального способу життя та підкреслення ідентичності (на протигагу установці «бути як всі»);

– адаптивність до нового стилю життя, який формується внаслідок активного використання новітніх технологій;

– легкість сприйняття нових соціальних норм, правил поведінки та соціального контролю, пов'язаних зі споживанням продукції.

Наприкінці зазначимо, що результати соціологічних досліджень соціально-економічної поведінки населення України свідчать, що процес споживання має спонтанний, часто суперечливий характер внаслідок відсутності в суспільстві «чіткої системи світоглядних і моральних імперативів». В умовах інтернаціоналізації ринків та впливу західної культури відбувається трансформація системи базових цінностей, а у деяких сферах споживання – формування нової системи ціннісних орієнтирів. Незважаючи на кризові явища в економіці країни, нестабільність політичної системи та негативні тенденції у соціальній сфері, формування технологічної культури споживання в Україні відбувається досить активно. Український споживач все більше є схильним до індивідуалізації у прийнятті купівельного рішення, його споживчі преференції трансформуються з раціональних аспектів у бік емоційної та соціальної складових. Поширення технологічної культури споживання ілюструє прагнення споживачів до задоволення гедоністичних потреб, ефективної інтеграції у сучасне суспільство, самореалізації, досягнення особистісного розвитку та інтелектуального зростання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бойко В. А. Особливості формування культури споживання у сучасній Україні / В. А. Бойко // Вісник Дніпропетровського університету. – 2009. – Вип. 19, № 9/2. – С. 209-213.



2. Коос С. Объясняя этическое потребительское поведение в Европе (эмпирические данные по 19 странам) / С. Коос // Экономическая социология. – 2009. – №2. – С. 76-97.
3. Мур, Джеффри А. Преодоление пропасти: маркетинг и продажа хайтек-продуктов массовому потребителю / Джеффри А. Мур. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 368 с.
4. Clarkson J. The Desire for Consumption Knowledge / Joshua J. Clarkson, Chris Janiszewski, Melissa D. Cinelli // Journal of Marketing Research. – 2013. – Vol. 39. – P. 1313-1329.
5. Helene de Burgh-Woodman. The Movement of Meaning Across Cultures: A Conceptual Model for Understanding Cross-Cultural Consumption / Helene de Burgh-Woodman // Advances in International Marketing. – 2012. – Vol. 23. – P. 281-304.

**Г.А. Заячківська**, к.е.н., доцент,  
Тернопільський національний економічний університет

### **СИСТЕМА МАРКЕТИНГУ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: СУТНІСТЬ ТА ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ**

Трансформація парадигми маркетингу на початку ХХІ ст. вимагає формування якісно нового наукового погляду на маркетинг міжнародних туристичних послуг. Для сталого розвитку в'їзного туризму необхідною є розробка концепції маркетингу міжнародних туристичних послуг та її використання органами державної влади на національному та регіональному рівнях й туристичними підприємствами.

Маркетинг міжнародних туристичних послуг (ММТП) розглядається нами як процес прийняття управлінських рішень суб'єктами ринку міжнародних туристичних послуг відносно цілей і ринково-продуктової стратегії діяльності, на основі дослідження факторів міжнародного бізнес-середовища для реалізації їхніх економічних інтересів.

Використання концепції маркетингу міжнародних туристичних послуг суб'єктами ринку на макро-, мезо- і мікрорівнях потребує визначення суті їх маркетингової діяльності. Нами пропонуються такі дефініції:

1) Маркетинг міжнародних туристичних послуг на макрорівні – процес прийняття стратегічних і тактичних управлінських рішень, що реалізуються на рівні держави з метою сприяння розвитку туристичної галузі та просування туристичного іміджу країни, результатом чого є зростання обсягів в'їзного туризму. Він забезпечує узгодження економічних інтересів суб'єктів ринку на трьох рівнях: підприємств і регіонів (мікрорівень - мезорівень); підприємств і держави (мікрорівень - макрорівень); регіонів і держави (мезорівень - макрорівень).

2) Маркетинг міжнародних туристичних послуг на мезорівні – процес прийняття управлінських рішень щодо розвитку туристичних дестинацій країни (міст, регіонів) з метою їх просування на ринку міжнародних туристичних послуг, результатом чого є задоволення економічних інтересів суб'єктів ринку.

3) Маркетинг міжнародних туристичних послуг на мікрорівні – процес прийняття управлінських рішень туристичними підприємствами, спрямованих на формування і збут туристичних послуг з метою задоволення потреб споживачів та підвищення конкурентоспроможності підприємств, результатом чого є реалізація їхніх економічних інтересів.

Координація взаємодії макро-, мезо- і мікрорівнів вимагає формування системи маркетингу, яка б пояснювала взаємовідносини між ними. Вчені розглядають систему маркетингу як спосіб, інструментарій та філософію організації знань в процесі взаємодії її суб'єктів з приводу задоволення потреб і отримання бажаного результату [1, С. 89; 2, С. 65; 3, С. 263].

Система маркетингу міжнародних туристичних послуг трактується нами як сукупність маркетингових підсистем на макро-, мезо- і мікрорівнях, які своєю взаємодією забезпечують прийняття стратегічних і тактичних маркетингових рішень з метою реалізації економічних інтересів суб'єктів ринку: на макрорівні – формування міжнародного туристичного іміджу країни, на мезорівні – розвиток туристичної сфери регіону, на мікрорівні – розробка ефективної ринково-продуктової стратегії (рис. 1). Кожен з елементів системи має конкретні завдання, вони об'єднані єдиним процесом функціонування та при взаємодії виконують певні заходи маркетингу, необхідні для реалізації їхніх економічних інтересів.

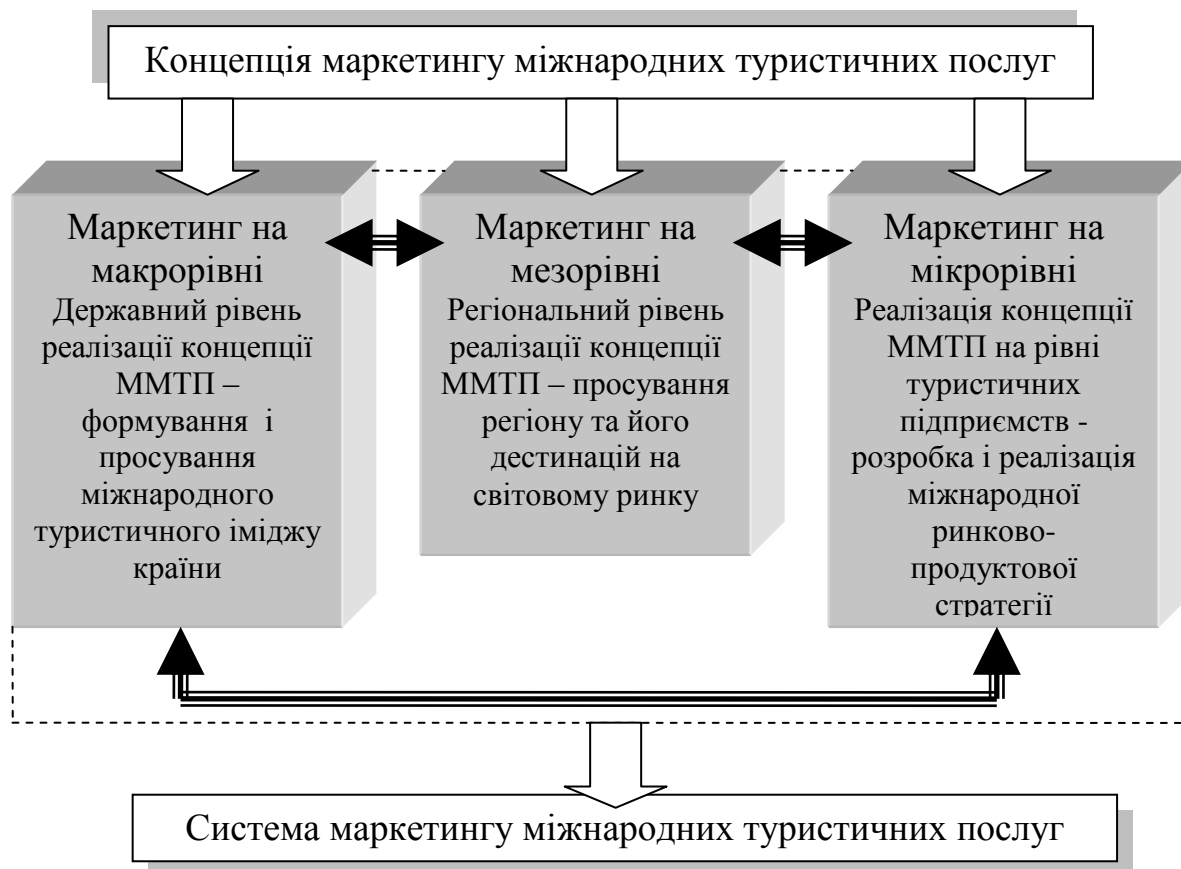
Дослідження діяльності суб'єктів ринку міжнародних туристичних послуг та взаємозв'язків між ними дозволило виявити такі принципи формування системи маркетингу міжнародних туристичних послуг та їх прояви на макро-, мезо- та мікрорівнях:

1) Принцип системності – ґрунтується на використанні системного підходу та дозволяє розглядати систему маркетингу міжнародних туристичних послуг як складну відкриту систему, що складається з підсистем на макро-, мезо- і мікрорівнях й виступає засобом досягнення мети з узгодженням функціонування всіх елементів. Використання системного підходу розкривається через такі принципи формування системи маркетингу міжнародних туристичних послуг як цілісність, цілеспрямованість, структурність, взаємозв'язок із зовнішнім середовищем, ієрархічність. Принципи системності дають чітке уявлення про структуру системи, характеристики її стану, фактори впливу та взаємозв'язок маркетингової діяльності суб'єктів ринку.

2) Принцип синергії означає, що „будь-яка система має такий набір ресурсів, за якого її потенціал завжди буде або значно більшим від простої суми потенціалів ресурсів, що до неї входять, або істотно меншим” [1, С. 16]. Синергетичний ефект виникає не лише при взаємодії органів державної влади різних рівнів і підприємств, а при взаємодоповненні їхніх дій з метою

досягнення спільної цілі, чого важко досягнути при неузгодженому використанні концепції маркетингу.

3) Принцип ефективності характеризує результативність діяльності системи маркетингу міжнародних туристичних послуг та її елементів, яка виражається у відношенні корисних кінцевих результатів її функціонування до затрачених ресурсів протягом певного періоду часу.



**Рис.1. Система маркетингу міжнародних туристичних послуг**

*Джерело:* розроблено автором

Таким чином, система маркетингу міжнародних туристичних послуг складається зі взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів, які приймають участь у розробці і прийнятті управлінських рішень, спрямованих на розвиток в'їзного туризму в Україні шляхом координації їхніх зусиль. Визначені принципи системності, синергії та ефективності забезпечують формування й функціонування системи маркетингу міжнародних туристичних послуг.

**Список використаних джерел:**

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер / Пер. с англ. под ред. О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского – СПб.: Питер, 1999. – 896 с.
2. Мефферт Х., Багиев Г.Л. Маркетинг-взаимодействие / Х. Мефферт, Г.Л. Багиев. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 619 с.

3. Шульга А.О., Багиев Г.Л. Концепція маркетинга взаємодія: измерение и оценка эффективности / А.О. Шульга, Г.Л. Багиев // Проблемы современной экономики. — 2010. — № 2 (34). — С. 262-265.
4. Монастирський Г.Л. Теорія організації: [підручник] / Г.Л. Монастирський. — К.: Знання, 2013. — 317 с.

**Л.А. Мороз**, к.е.н., доцент,  
Національний університет "Львівська Політехніка"

### **МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ В БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТІ**

В умовах загострення конкуренції на сучасних високонасичених товарних ринках значна частина стратегічних і тактичних маркетингових рішень приймається в площині бренд-менеджменту. При цьому маркетингологи провідних корпорацій світу все більше уваги приділяють методам психологічного впливу на адресати маркетингових комунікацій. Однак, існують суттєві розбіжності як у трактуванні різними авторами сутності використовуваних термінів, так і розумінні технологій їх практичного використання. Передусім це стосується сутності термінів «нейромаркетинг» і «сенсорний маркетинг», основні розбіжності у трактуванні яких проаналізовано в доповіді.

Зокрема, в [1,2] та в інших джерелах зазначено, що нейромаркетинг вивчає сенсорні, когнітивні та емоційні відповіді споживачів на маркетингові стимули. Однак далі в [1] зазначено, що нейромаркетинг – це "методи маніпулювання підсвідомою діяльністю мозку". Не можемо погодитись з таким трактуванням, адже когнітивні впливи на адресатів комунікації, які є важливим напрямом нейромаркетингу, передбачають усвідомлення потенційними споживачами переваг пропонованих товарів і послуг та прийняття раціональних (а не емоційних) рішень. Тому вплив на підсвідомість є ознакою саме сенсорного маркетингу як складової нейромаркетингу.

Подальші дослідження автора, висвітлені у доповіді, присвячені детальному аналізу сутності сенсорних впливів на адресатів комунікації, зокрема під кутом їх використання у бренд-менеджменті. Саме на цьому наголошував творець брендів Pepsi, McDonald's, Microsoft, Disney та інших Мартін Ліндстром, який в [3] зазначав, що брендинг потрібно переорієнтувати на зорово-слухове сприйняття і знайти спосіб надсилати сигнали та повідомлення, використовуючи всі п'ять органів чуттів людини.

В доповіді на прикладах розглянуто використання різних елементів сенсорного маркетингу з метою створення чіткої асоціації кольору, звуку, аромату, смаку та дотику (тактильних відчуттів) з певним брендом. При цьому, як наголошують відомі фахівці у сфері сенсорного маркетингу Б. Халтен, Н. Бровеус, М. ван Дійк, чуттєвий досвід, який забезпечується сенсорним маркетингом, уможливорює покращення якості інтеракції з клієнтом, завдяки

чому зростає розпізнаваність торгової марки і забезпечується довготривале зміцнення її образу [4].

Проаналізовано також психологічні аспекти впливу кожного з п'яти елементів сенсорного маркетингу з метою маніпулювання діями клієнтів у різних конкретних ситуаціях. До прикладу, для персоналу закладів McDonald's фахівцями з сенсорного маркетингу розроблено рекомендації ставити динамічну музику, коли в залі багато відвідувачів, щоб швидше звільнялись місця для нових; а коли відвідувачів менше – має звучати повільна музика, що спонукає клієнтів затримуватись довше, витрачаючи при цьому більше грошей. Ця технологія сьогодні активно використовується й іншими надавачами послуг.

В українській практиці методи сенсорного маркетингу, зокрема вплив різних кольорів, їх поєднань, відповідного освітлення приміщення, приємних ароматів, смакових і тактильних відчуттів на формування образу конкретного бренду у свідомості споживачів, використовуються ще недостатньо активно, тому ці питання є дуже актуальними для маркетологів і потребують подальших досліджень з врахуванням менталітету вітчизняних споживачів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Нейромаркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>.
2. Нейромаркетинг | Фармацевтична енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pharmencyklopedia.com.ua/article/5705/nejromarketing>.
3. Линдстром М. Чувство бренда. Роль пяти органов чувств в создании выдающихся брендов / М. Линдстром; пер. с англ. – М.: ЭКСМО, 2006. – 272 с.
4. Hulten B. Marketing sensoryczny / B. Hulten, N. Broweus, M. van Dijk. – Warszawa: PWE, 2011. – 186 с.

**С.Г. Фірсова**, к.е.н., доцент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

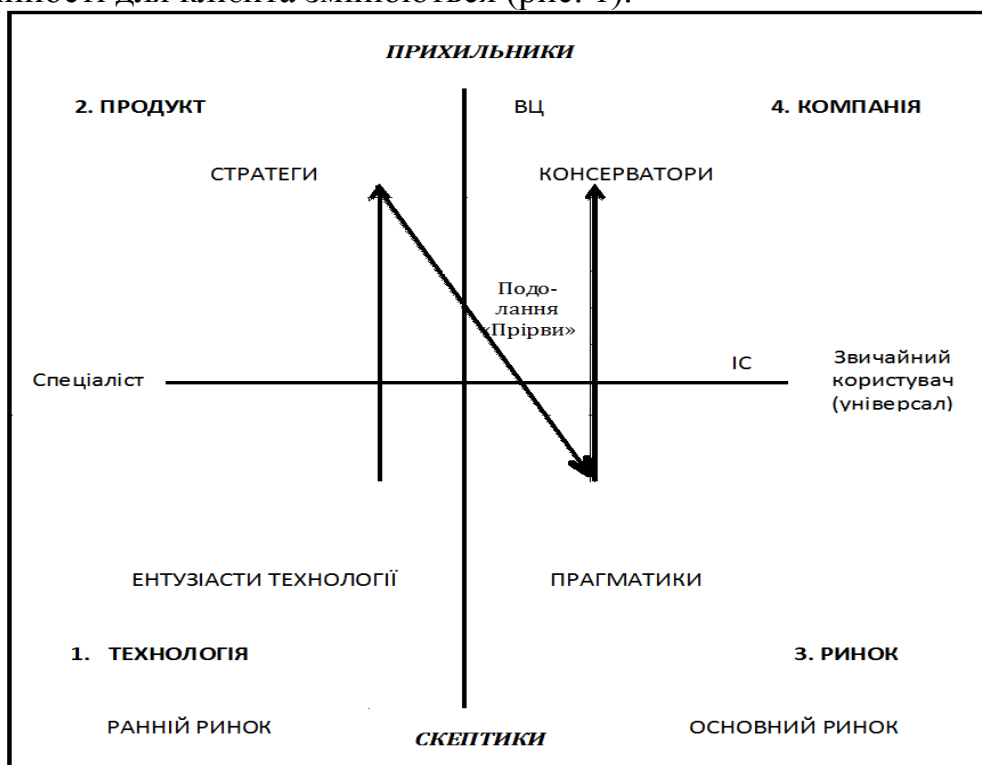
### **ТЕХНОЛОГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ: СТВОРЕННЯ ЦІННОСТІ ХАЙ-ТЕК ПРОДУКЦІЇ**

Тісну взаємодію маркетингу та інновацій відзначив Пітер Друкер ще в 1954р., коли визнав, що у бізнесу є дві основні функції – маркетинг та інновації. Якщо ж споживач не розуміє, що надає інноваційний продукт, то такий продукт не буде користуватися попитом на ринку [2]. Інноваційний процес являє собою комерціалізацію знань і перетворення їх у затребувані ринком принципово нові продукти, сервіси, технології. Хайтек-продукт – це не тільки висока технологія, яка сама по собі є первинним інноваційним продуктом і початком ринку інновацій, але також і її додатки у вигляді радикальних інноваційних продуктів

і відповідних послуг, які становлять основу ринку інновацій [3]. Проникнення на ринок будь-якого інноваційного продукту переходить від одного типу споживачів, яких цей продукт приваблює, до іншого протягом всього життєвого циклу. Інноваційному підприємству, що розвиває хайтек-ринок, необхідно перейти від раннього ринку, де конкуренція відсутня, до основного ринку, де конкуренція є умовою його існування. Головна перешкода на даному шляху – конкуренти. Необхідно виявити конкурентів та визначити конкурентне середовище. Наявність конкуренції – це важливий фактор, який приваблює прагматичних клієнтів основного ринку. Якщо конкуренція створена, то можлива порівняльна оцінка продуктів, і покупка стає раціональною. Створення конкуренції – це найбільш важливе маркетингове рішення при виході з інновацією на основний ринок.

У хайтек-маркетингу є чотири критерії цінності продукту для споживача: 1) цінність як нової технології; 2) цінність як нового продукту, 3) цінність як нового ринку; 4) цінність як компанії, що створила ці нововведення і яка стала лідером ринку [3].

На ранньому ринку, де рішення про покупку приймають технологічні ентузіасти і стратеги, головні критерії цінності – технологія як така і сам продукт. На основному ринку, де рішення приймають прагматики, консерватори і скептики, на перше місце виходять лідерство на ринку, стабільність і репутація компанії. Перехід від раннього ринку до основного ринку в цьому контексті являє собою перехід від орієнтації на продукт до орієнтації на ринок [3]. У міру того, як товар проходить стадії життєвого циклу критерії цінності для клієнта змінюються (рис. 1).



**Рис.1. Відношення споживачів до цінності хай-тек продукції**

Джерело: складено автором на основі [1]

Як видно з рисунку у міру проходження сегментами ринку інновацій ставлення покупця до пропонованої цінності змінюється від скептицизму до повної підтримки. Ринок починається зі скептиків і закінчується затятими прихильниками. Скептики не проявляють до продукту і компанії інтересу, прихильники цікавляться продуктом і компанією. На ранньому ринку ентузіасти грають роль скептиків, які вирішують долю технології; на основному ринку в цій ролі виступають прагматики. Як тільки і ті й інші висловлять своє схвалення, їх попутники (у перших – стратеги, у других – консерватори і скептики) будуть готові приєднатися. Завоювати довіру скептиків важко, але можна. Навіть найбільш скептично налаштовані фахівці постійно підшукують технологічні новинки. Ось чому зацікавити скептиків можна самою технологією, а з цього інтересу зростити інтерес до продукту. Чим вище фахівці оцінять технологію, тим легше підтримають і сам продукт.

Подібним чином користувачі-скептики навряд чи проявлять інтерес до нової компанії, але завжди з інтересом стежитимуть за розвитком нового ринку. Якщо вдасться показати звичайним користувачам, що ринок висуває нові вимоги, задоволенню яких підпорядковане позиціонування продуктів і маркетингова діяльність, тоді усвідомивши факт існування нового ринку, вони усвідомлюють факт існування компанії.

Виробники розвивають ранній ринок, демонструючи яскраво виражену технологічну перевагу, яка потім перетворюється на довіру до продукту, а основний ринок розвивають, демонструючи перевагу лідерства над ринком, яка потім перетворюється на довіру до компанії.

Перехід від раннього ринку до основного ринку вимагає руху від ринку, на якому інновацію вже підтримують технологічні ентузіасти і стратеги до вже знайомого скептицизму, але цього разу прагматиків, які виступають в ролі скептиків. Прагматика цікавить виключно ринковий аспект новинки – конкуренція на ринку. Розвиток основного ринку полягає в тому, що цінності ринку перетікають в цінності компанії. Тоді буде завойований і консерватор. Це означає рух від знайомих питань, орієнтованих на продукт, до незнайомих питань, орієнтованих на ринок. Маркетингові зусилля необхідно переключити з продуктових характеристик на ринкові характеристики.

До продуктових характеристик відносять: високі експлуатаційні показники, специфічні особливості продукту, надійність, адекватність, довговічність, ціна, унікальна функціональність та ін.

До ринкових характеристик відносять: цілісність продукту, широка підтримка сторонніми розробниками, вартість експлуатації, якість підтримки, зручність замовлення, сервісне обслуговування, навчання, консультації, гарантії.

Якщо уявити, що на лівому фланзі (на ранньому ринку) ми є лідерами, то тепер за рахунок уваги до цілісного продукту, ми повинні стати лідерами майбутнього основного ринку (у рамках сегмента) у правій частині нашого спектру. Треба перейти від цінностей продукту до цінностей ринку, тоді ми доб'ємося розташування прагматиків. Для цього рекомендується

використовувати прийом «двох маятників»: продуктового орієнтира і ринкового орієнтиру. Треба вибрати двох конкурентів, які гратимуть ці дві ролі – перший конкурент буде «продуктової альтернативою», другий – «ринкової альтернативою». «Ринкова альтернатива» – це маяк ринку хайтек-продукції у вигляді компанії (однієї або декількох), у якої цільові клієнти купують вже роками. Проблема, до якої вона адресується, та ж сама, до якої будемо адресуватися і ми. Бюджет споживачів, який виділяється на придбання її продукту, це ті гроші, які ми маємо намір відняти. Для того, щоб отримати право на цей бюджет, ми збираємося вивести на ринок інновацію, яка усуне недоліки традиційної пропозиції. «Продуктова альтернатива» – це маяк ринку хайтек-продукції у вигляді компанії (однієї або декількох), яка теж пропонує інновацію (можливо, але не обов'язково подібну до тієї, яку пропонуємо ми) і теж позиціонує себе як технологічного лідера. Сам факт існування цього конкурента переконує в тому, що прийшов час змінювати звичний хід речей. Тут в наші наміри входить визнання їх технології, але відділення від них шляхом концентрації на певній ніші ринку.

Ринкова система, доповнена (а не заміщена) продуктовою системою, повинна лежати в основі формування картини цінностей потенційних покупців у період подолання «прірви». Картина цінностей дозволить змоделювати сприйняття конкурентного набору потенційними покупцями і прийом, який вони нададуть новому елементу такого набору. Критерії прийняття рішень являють собою найважливіші аспекти інноваційних транзакцій. Вони допомагають пояснити явище, яке вважається ключовим в ринковій економіці: готовність споживачів платити за продукт ціну, більшу його собівартості. Це відбувається тому, що споживач вбачає для себе в продукції якусь «додану» цінність, яку неможливо вивести з витрат, пов'язаних з процесом виробництва цього продукту.

Отже, у хайтек-маркетингу є два «природних» ритми руху – розвиток раннього ринку і розвиток основного ринку. Ранній ринок розвивають, демонструючи яскраво виражену технологічну перевагу, яка потім перетворюється на довіру до компанії. Подолання прірви – це, навпаки, неприродний ритм руху. Це рух від середовища, в якому вас вже підтримують стратеги-провидці, назад до вже знайомого скептицизму прагматиків. Вміння інноваційного підприємства змінювати свої маркетингові технології відповідно до цінностей споживачів ринку новацій є запорукою вдалого впровадження інновації на ринок.

#### **Список використаних джерел:**

1. Баранчєєв В.П. Маркетинг инноваций (радикальные и «подрывные» инновации - хайтек-маркетинг). - М.: ООО фирма «Благовест-В», 2007. - 232 с.
2. Drucker, P. Innovation and entrepreneurship. New York, NY: Harper & Row, 1985.
3. Moore, J. Crossing the chasm: Marketing and selling smart products to apprehensive customers. - New York: Harper Business, 1991.



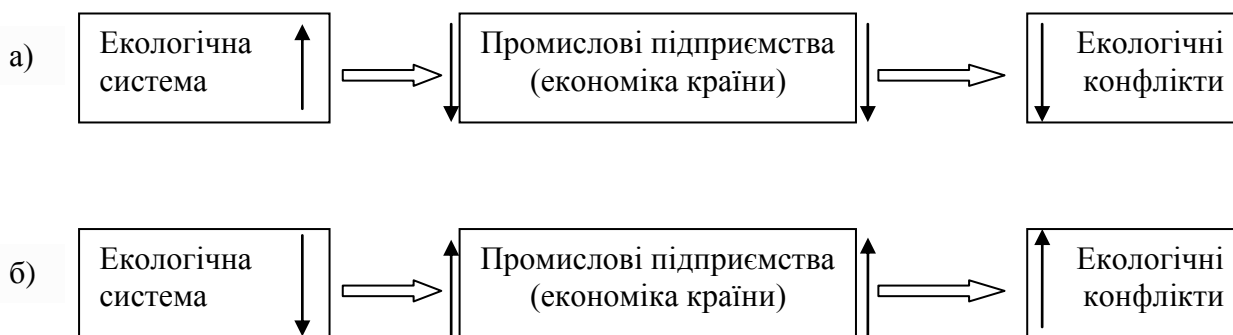
**Н.М. Чуприна**, к.е.н., доцент,  
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

## **ЕКОКОНФЛІКТИ В СИСТЕМІ ВИРОБНИЦТВА: СУТНІСТЬ ТА ПЕРЕДУМОВИ**

Така проблема екології, як, попередження або оптимальне розв'язання екоконфліктів є передумовою розвитку країни, як цілісної держави зі здоровим населення, яке може жити в країні та вільно користуватися її ресурсами (в межах законодавчих актів). Проте, подоланню екоконфліктів не приділяється достатньо уваги як на державному, так і на місцевому рівні. Основні етапи аналізу та можливі варіанти розвитку екоконфліктів стають основою для формування державних пріоритетів в напрямку екологізації основних галузей виробництва. Особливості виникнення кожного окремого екоконфлікту, здійснення досліджень з цієї проблеми, систематизація та аналіз отриманих результатів та шляхів подолання екоконфліктів в індустріальній країні – це і повинно бути одним з головних пріоритетів держави, і, здійснюватися, як на макрорівні, так і на макрорівні.

Для ефективного управління екологічною ситуацією в країні потрібно здійснювати політику, яка націлена на екологізацію країни в цілому. В цій політиці необхідно досить чітко визначити екологічну спрямованість промислових підприємств, як в рамках регіону, так і в рамках країни цілому. При розгляданні процесів екологізації, розвитку та управлінням екологічною безпекою держави необхідно досить детально окреслити прояви екоконфліктів, їх функції та характерні риси.

Необхідно визначити, що існує зворотно пропорційна залежність між екологічною складовою та зростанням промислового виробництва. Тобто фактично сформувався принцип їх взаємодії в умовах глобалізації, а саме: екологічна ситуація в країні погіршується з інтенсивним зростанням обсягів виробництва промислових підприємств (рис. 1а). І, навпаки, падіння виробничої активності підприємств промисловості, і, як наслідок, кризове становище економіки країни, але екологічна складова поліпшується (рис. 1б). Але, якщо аналізувати ситуацію взаємодії екоконфліктів і результатів роботи підприємств промисловості, то ми можемо визначити існування прямо пропорційної залежності, тобто збільшення обсягів виробництва приводить до підвищення екоконфліктів.



**Рис.1. Взаємозалежність між розвитком екологічних систем та промислової інфраструктури промислових складових**

Одним з пріоритетів розвитку підприємств (особливо в промислово розвинених країнах) є екологічна безпека, але філософія розвитку промислового підприємства так чи інакше породжує низку екоконфліктів, що є невід’ємною частиною сучасного промислового виробництва.

За визначенням багатьох вчених, конфлікт – це норма співіснування людей у соціумі. Саме через це, ми можемо зазначити, що в індустріальному суспільстві екологічні конфлікти неминучі. Тобто оптимального виходу з цієї ситуації та альтернативних шляхів її розвитку майже не існує в сучасних конкурентних умовах. Але аналіз та логіка виходу з екоконфліктів на базі застосування тактичних та стратегічних підходів може дати можливість успішно скористатися результатами екоконфлікту.

Сутність екоконфліктів полягає у зіткненні інтересів двох основних гравців: природи, як такої, та людини. Держава в цьому виді конфліктів відіграє дві основні функції:

По-перше, вона може бути причиною конфлікту, через недосконалість нормативно – правових актів, політичних, соціальних, демографічних, культурних та інших факторів.

По-друге, може припинити або розв’язати конфлікт через застосування інструментів державного впливу. Ці інструменти можуть мати як дипломатичний, так і силовий характер. Вибір того чи іншого інструменту впливу залежить від рівня розвитку та ступеня загострення екоконфліктів, умови його формування і становлення, та його місце в системі екобезпеки країни. Однак обрання одного з цих інструментів (або застосування їх комплексно) повинно бути обґрунтовано.

Таким чином, ми можемо визначити, що розвиток та подолання екоконфліктів в сучасних умовах залежить від економічної та політичної ситуації в країні. З урахуванням основних показників зародження, розвитку та вирішенню екоконфліктів виділяють екоконфлікти на мікро та макрорівнях. Безумовно, завдяки цій градації можливо виявити різні підходи до вирішення впливу мікро- та макроекологічних конфліктів один на одного.

**Н.Б. Колотова**, асистент,  
Одеський національний політехнічний університет

## **РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ**

Характер відносин між суб'єктами бізнес-середовища і збалансованість їх інтересів є запорукою ефективності інноваційної діяльності. Маркетингова складова управління покликана узгодити відносини між сферами дослідної та винахідної діяльності, фінансуванням, матеріально-технічним забезпеченням, виробництвом, вирішити протиріччя і згладити розрив між науковими розробками, виробництвом і споживанням. Однак, на різних етапах еволюції ринкових відносин маркетинг займав різну позицію у погодженні розподільних відносин у збалансуванні попиту і пропозиції продукції, оскільки його концептуальні особливості теж відрізнялися. Недосконалість маркетингової діяльності породжувала проблеми раціональної побудови організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю та реалізацією проектів.

Аналіз еволюційного розвитку теорії інноватики дозволив виявити певні етапи становлення маркетингу в інноваційній сфері (таблиця. 1) [6, с.139].

Таблиця 1

### **Етапи розвитку маркетингу в інноваційній сфері**

Етап	Характеристика
1 етап (1940-1960 рр.) – домаркетинговий етап	У світовій економіці – акцент на розвиток НДДКР. Цей період характеризується високою долею витрат на наукові дослідження, активною державною підтримкою науки. В цей час наука стає відірваною від практики, що зумовило ряд проблем: ідеї, запропоновані науковцями, не знаходять практичного застосування; не окупається велика частина витрат.
2 етап (1950-1970 рр.) – акцент на традиційний маркетинг (облік запитів вивчення потреб, НДДКР – на другий план)	Традиційна концепція маркетингу пропонує комплекс заходів у рамках моделі маркетинг-мікс (4Р) в ході здійснення інноваційної діяльності. Цей комплекс, що включає цінову, товарну політику, політику розподілу і руху товару, орієнтований на активну дію на зовнішнє середовище з метою реалізації інноваційних продуктів. При цьому підході маркетинг сприймається як окрема функція інноваційного менеджменту, необхідний інструментарій для вирішення тактичних завдань.
3 етап (1980-1990 рр.)	Поява і розвиток інноваційного маркетингу як стратегічно орієнтованої діяльності по створенню інноваційних технологій і інтелектуальних продуктів і формуванню попиту на них як в промисловості, так і в сфері кінцевого споживання.
4 етап (кінець 1990-х рр. по теперішній час)	Розвиток концепцій латерального і креативного маркетингу – діяльності, спрямованій на пошук прихованих потреб і нових перспективних ідей у сфері виробництва і споживання, створення на їх основі стратегічно конкурентоздатних продуктів і технологій.

Нині теорії інноватики все більшою мірою притаманний маркетинговий аспект. При цьому на перший план виходять не лише питання створення попиту на інноваційні технології, але і необхідність формування ефективної взаємодії з партнерами і споживачами в процесі створення і реалізації інноваційного продукту.

Маркетинг грає ключову роль в процесі розробки і комерціалізації інновацій. Маркетинг повинен пронизувати інноваційну розробку з моменту зародження ідеї і до виходу інноваційного товару на ринок. Його завданнями є: пошук і оцінка ідей інновацій з позиції запитів споживачів; розробка концепції інновації, тобто опис кінцевих характеристик і набору очікувань, які інновація обіцяє певній групі споживачів; оцінка відповідності концепції інновації потребам потенційних споживачів; прогнозування ринкової привабливості інновації; оцінка конкурентоспроможності. Тільки у разі успішного виконання цих завдань здійснюється розробка комплексу просування.

Посиленню ролі маркетингу сприяють і процеси, що відбуваються в організації і управлінні сучасним інноваційним процесом, серед яких можна виділити:

1) збільшення швидкості поширення інновації і можливостей їх копіювання за рахунок розвитку інформаційних технологій і появи додаткових технічних можливостей, що знижує значущість патентів як засобів захисту інтелектуальної власності і стимулює пошук нових засобів;

2) необхідність залучення до інноваційного процесу значної кількості учасників, у тому числі і з різних сфер діяльності і галузей, у зв'язку з його більшою інтелектуальною складовою і технологічною складністю, що обумовлює важливість координації діяльності і узгодження інтересів учасників;

3) зниження значущості для споживачів продуктових інновацій: через обмеженість їх сприйняття, коли їх з'являється надто багато і часто; через проблему утилізації старих продуктів;

4) вплив на процес створення і прийняття інновацій державних структур і громадських організацій, які значною мірою можуть сприяти або перешкоджати його успішній реалізації;

5) активне становлення і розвиток ринків нематеріальних продуктів (послуг, інформації, знань), що обумовлює застосування нових методів їх просування і збуту [6, с.138].

Ряд науковців пропонує реалізацію інноваційних проектів ділити на два етапи: науково-технічна розробка і маркетингова розробка. Проте, на нашу думку, ці етапи мають бути об'єднані. Маркетингова складова повинна пронизувати усю діяльність інноваційного проекту. Проте, маркетингові заходи у рамках інноваційного проекту залежать від стадії, на якій знаходиться розробка. Якщо на початкових етапах оцінюється концепція новинки з позицій споживача і можливі сфери використання, то на подальших стадіях здійснюється "доведення" новинки під вимоги і побажання споживачів.

Інноваційний проект на сучасному етапі передбачає відкритість і включення якомога більшої кількості організацій і приватних осіб в

дослідницький процес, фінансування, виробництво і володіння. Саме такий підхід до бізнесу стає все більш важливішим та актуальнішим. Тому застосування концепції маркетингу в аспекті відносин покликане сприяти розвитку нових підходів до управління інноваційними процесами, спрямованих на їх оптимізацію за умови підвищення задоволеності суб'єктів взаємодії. Отже однією з проблем маркетингу інноваційних проектів є формування і апробація адекватного інструментарію при взаємодії суб'єктів інноваційного процесу.

**Список використаних джерел:**

1. Голубков Е.Л. О некоторых понятиях и терминологии маркетинга / Е.Л.Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – №5. – С. 3–21.
2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. / Ф. Котлер. – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2003. – 126 с.
3. Менеджмент та маркетинг інновацій: Монографія / [За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка]. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2004. – 616 с.
4. Економічна енциклопедія: У трьох томах / [За заг. ред.: С.В. Мочерного]. – Том 2 – К. : Видавничий центр «Академія», 2000. – 848 с.
5. Что такое «инновации»? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.technopark.by/business/202.html>
6. Шерстобитова Т.И. К вопросу концептуальных основ инновационного маркетинга // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки . - 2010. - №4. - С.137-146.

**C. Adami**, PhD in Economics Candidate  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

**SEMANTIC MAP INSTRUMENT TO ANALYZE THE ECONOMIC INTELLIGENCE**

Introduction. In the last half-century the economic relations between countries have become more complex. The diffusion in the world of the liberal economic principles, the expansion of the globalization, and the development of the information & communication technology have created a new environment in which the traditional strategies to interact with foreign national entities turn out to be obsolete [1]. The elements of power of the countries have changed, no longer based on the military force, but closely connected to their economical and information power [2]. Consequently, the States' concern has shifted from a geopolitical logic of territorial expansion, to a geo-economic [3] strategy of research and occupation of privileged positions in the economic world [4]. And in order to support the logical process of strategic planning, aimed to conquer new economic areas and to further increase the economic power of the nations, there is the need of a qualitatively new information bases, and new methods to use them. In such circumstances, in order to confront with

other countries in this new intricate network of economic relations, a new discipline has been proposed: the Economic Intelligence (EI) [5].

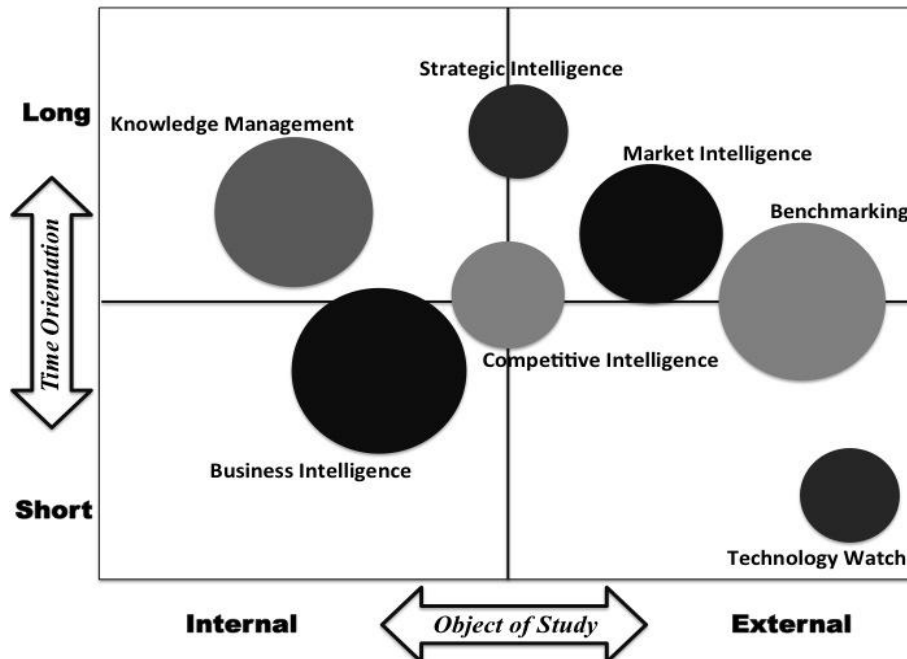
The main purpose of the EI is to find, create, and use situations of asymmetric information in order to obtain a competitive advantage against other subjects. The importance of this discipline becomes evident if we consider the recent information war between Ukraine and Russia, in which the use of an EI approach by the latter, by means of the threatening of the Ukrainian energy security, and the dissemination of deceptive information against the Kiev's government, have obtained results unachievable using only the traditional armed conflict. The search and the use of information to support the decision-maker emerges thus as a means to take advantage against other countries in the more complex international relationships resulting from the globalization.

Problem. Nonetheless, despite the strong importance of the concept, there is neither a common view nor a unique definition about the EI [6]. The reasons are in part connected to the fact that its meaning is influenced by the numerous approaches to the theme, which may considerably affect the scope of the analysis. And without a clear idea about what EI is, the conception of a new theory, which explains how EI works and how it could be implemented, is not possible [7].

The purpose of this thesis is to present the Economic Intelligence Semantic Map (Fig. 1), a new methodological instrument, which is able to face this problem by: (i) orienting the scholar in the multiple expressions of the EI, by means of the organization of the different significances used in the literature, sometimes with dissimilar nuances of meaning, in a unique comparative frame (onomasiological approach); (ii) evaluating the several EI approaches implemented by distinctive countries in different periods; (iii) contributing to the creation of a new definition of EI, essential to formulate a theory that can explain how to succeed in the international economic relations system (semasiological approach). In the following description of the new instrument, the focus will be limited on the onomasiological approach.

The Economic Intelligence Semantic Map (EISM) is a matrix developed on the basis of the two most important dimensions considered for the classification purposes: the object of the study (internal or external analysis) and the time orientation (short or long term). Accordingly to those dichotomies, it is possible to position each alternative significance of the EI. Thus, for example, the expression Technology Watch, which is focused exclusively on the external analysis of the environment, and uses the information mainly for short-term policies (tactical and operational), is positioned on the south-east area of the diagram. On the contrary, the Knowledge Management is placed on the north-west side of the map, because it focuses mainly on the internal information (especially unstructured data and tacit knowledge), with an orientation over the long period (creation of a learning organization). Furthermore, the size of the ball, which epitomises the significances in the EISM, represents the global diffusion of each specific expression, measured by the logarithm (base ten) of the number of the google research results for itself. Therefore, the Business Intelligence, which shows the bigger ball, turns out to be the

most used idiom in the group, whereas the Technology Watch, characterised by the smaller ball, represents the less common expression connected with the EI.



**Fig.1. The Economic Intelligence Semantic Map (EISM)**

*Source:* composed by authors' calculations

The EISM above represented allows to find both advantages and disadvantages of each one of the different significances used in the literature as potential EI synonyms, and in the process, to identify the most effective locution to be considered as a basis for a new definition of the EI. Accordingly, the Competitive Intelligence, due to its central position in the EISM, should be appreciated as the most comprehensive significance of the EI, covering both the internal and the external environment, and the short and long-term orientation.

**Conclusion.** In the last half-century the international economic relations between countries have increased their complexity. Consequently, there is the need of a new method to create and use new information useful for the decision-maker. The EI is a discipline that has been developed to meet this goal. However, it is essential to specify a clear definition, which explains what EI is, and how it should be used to interact with foreign entities in the new scenario.

For that to be done, firstly, the academic researchers should attempt to find a common accepted description of EI, in order to create an agreed theory of the search and the use of the information, to support the decision-maker. They should begin from collecting the factors shared by each significance of the EI, and using them to formulate a definition, which takes into consideration the internal and external analysis, and the short and long-term dimensions described in the EISM. Secondly, the national governments should learn how to use the EI in an effective way, thus creating a competitive advantage against other subjects, and, by means of the EISM, to understand their level of EI implementation. The mentioned case about the information war between Russia and Ukraine represents a clear example of: (i) the

power and capacity of the EI; (ii) and the huge importance to implement it to succeed in the international relations system.

#### **References:**

1. Csurgai G., Geopolitics, Geoeconomics and Economic Intelligence, The Canadian Institute of Strategic Studies, Strategic Datalink n.69, March 1998.
2. Jean C., Savona P., Intelligence Economica, Rubbettino, 2011.
3. Luttwak, E., From Geopolitics to Geoeconomics: Logic of Conflict, Grammar of Commerce. The National Interest, Summer 1990, pp.17-23.
4. Jean C., Geopolitica del Mondo Contemporaneo, Editori Laterza, 2012.
5. Potter E.H., Economic Intelligence & National Security, Carleton University Press, 1998.
6. Gill P., Marrin S., Phythian M., Intelligence Theory. Key Questions and Debates, Routledge, 2009.
7. Warner M., Wanted: A Definition of Intelligence, Studies in Intelligence, 46:3 2002, pp. 15-22.

**В.А. Савчук**, аспірант,  
Житомирський національний агроекологічний університет

### **ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИКАМИ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ**

Сучасні екологічні виклики у світовому господарстві обумовлюють необхідність розвитку галузей так званої «зеленої економіки». Однією з таких галузей є органічне виробництво агропродовольчої продукції, яке характеризується природосумісністю і екологічністю. Така система виробництва ґрунтується на сівозмінах, механічному (ощадливому) обробітку ґрунтів, використанні органічних добрив, біологічних засобів боротьби з шкідниками, а продукція переробних підприємств не містить генетично модифікованих організмів. Суспільна і екологічна корисність органічної агропродовольчої продукції потребує підвищеної уваги до її просування на ринку та формування прихильності і лояльності споживачів. У зв'язку з цим необхідно посилювати дієвість і ефективність маркетингового управління галуззю з метою зміцнення ринкових позицій і конкурентоспроможності виробників. Теоретичні і практичні засади маркетингового управління, розроблені у працях таких вітчизняних вчених як Старостіна А.О., Войчак А.В., Кардаш В.Я., Каніщенко О.Л., Кочкіна Н.Ю. та ін., складають основу для удосконалення і впровадження сучасних маркетингових технологій у новітні галузі.

Розвиток органічного виробництва в Україні, починаючи з 2003 р., відбувається досить динамічно і спрямований на задоволення потреб як зовнішнього, так і внутрішнього ринку. За цей період чисельність сертифікованих органічних виробників зросла у 2,5 рази – з 69 до 175. За



даними Федерації органічного руху України, площа земель сільськогосподарського призначення, на яких здійснюється органічне виробництво, зросла за цей період з 239,5 тис. га до 393,4 тис. га, тобто на 64,3% [1]. Позитивні тенденції характерні для внутрішнього ринку органічної продукції, оборот якого зріс з 2,4 млн. євро (2010 р.) до 10,1 млн. євро (2013 р.), тобто у 4,2 рази [1]. При цьому характерною є експортна орієнтація виробництва органічної продукції. Близько 80% вітчизняної органічної продукції (переважно зернової, бобової та олійної) експортується. Решту продукції реалізують на внутрішньому ринку як звичайну (не зважаючи на те, що вона сертифікована за міжнародними стандартами), і лише 10% з неї реалізується з позначкою «органічний продукт» [1]. Досить повільно формується повноцінний внутрішній ринок органічної агропродовольчої продукції з завершеним циклом виробництва. За цих умов зростає значення маркетингового управління галуззю.

Маркетингове управління як комплекс виробничих, організаційно-економічних та інформаційних заходів спрямоване на використання принципів сучасної маркетингової концепції в усіх ланках підприємства [2] з метою збільшення ринкової частки та доходів підприємств і забезпечення максимальної задоволеності споживачів та суспільства в цілому.. Як підкреслює Ф.Котлер воно включає процес планування і реалізації політики ціноутворення, просування та розподілу ідей, продуктів і послуг, спрямованих на здійснення обміну, що задовольняє як індивідів, так і організацій [3].

Маркетинговий комплекс стосовно продукції органічного походження включає усі відомі елементи – (4P). Особлива роль у цьому комплексі належить продукту, який має бути сертифікованим. Це означає, що товарна політика виробників органічної продукції завчасно спрямована на створення продукту з такими характеристиками, які відповідають стандартам, що є відправною точкою їх діяльності та основним завданням маркетинг менеджменту. Наявність сертифіката стандартизації і маркування засвідчує високу якість продукції і її цінність для споживача. Наступним завданням товарної політики виробника має бути розширення продуктового (товарного) асортименту продукції. Крім того, надзвичайно важливо, на наш погляд, підвищувати в асортиментній структурі частку продукції з вищою доданою вартістю, тобто формувати завершений продуктовий ланцюг.

Органічний продукт включає в себе особливі: спосіб виробництва, користь, якість, і, відповідно, ціну. За даними Федерації органічного руху України, світова вартість органіки є вищою на 20-40% від звичайних аналогів [1]. Цінова політика виробників органічної продукції відображає її цінність для споживача, суспільства та біосфери і є економічно обґрунтованою. У цьому відношенні важлива функція належить маркетинговим комунікаціям, які повинні забезпечити поінформованість споживачів та сформувати у них лояльність до органічної продукції, що, в свою чергу, стане обґрунтуванням вищої ціни на неї. Класик світового маркетингу Ф.Котлер наголошує на тому, що коли ми купуємо товари підвищеної цінності, «єдино важлива річ для нас –

це ціна. Але якщо ви побудували таку цінність, ви можете установити ціну, більшу, ніж ціна простого товару [3, с. 356].

Органічні продукти характеризуються коротким терміном зберігання, що підвищує роль формування раціональної системи їх розподілу. Проте, масовий збут органічної продукції через традиційну мережу роздрібної торгівлі на вітчизняному ринку поки що недостатньо розвинутий. У магазинах маленьких міст декілька органічних продуктів продаються разом з ідентичними звичайними продуктами, що ускладнює вибір покупців. Найбільш поширеними є такі канали збуту органічної продукції як спеціалізовані прилавки у супермаркетах, спеціалізовані органічні лавки, бутіки, магазинчики, експорт та інтернет-торгівля [4, с.28.]. Важливим каналом збуту на етапі становлення внутрішнього (а саме локального) ринку органічної продукції може стати прямий збут (продаж безпосередньо на фермі, на роздрібному ринку, у власному магазині у місті тощо). Перевагами при цьому є виключення посередників, збільшення прибутку фермерів, скорочення витрат на рекламу та транспортування продукції. Досить поширеним в Європі та цілком перспективним для України є продаж органічної продукції через мережу Інтернет, а також відкриття спеціалізованих «ресторанів органічної продукції», де споживачі безпосередньо можуть оцінити якісні характеристики продукції [5, с.201]. Серед перспективних каналів збуту Р. М. Безус пропонує гуртовий збут, через збутові кооперативи та корзинний продаж [6, с.44]

Для просування органічної продукції практикують рекламу, персональний продаж, виставкову діяльність. Для досягнення доброї обізнаності споживачів про органічну продукцію і створення попиту на неї важливо вивчати передовий досвід провідних країн ЄС, використавши інтенсивну рекламну кампанію через засоби масової інформації [7]. При цьому, на думку Т.В. Боровик, слід підкреслювати переваги органічних продуктів для людського здоров'я, пов'язувати їх з позитивними атрибутами, такими як «добробут», «тривалість життя», «традиційна кухня», «народна культура» [7].

Висновки і рекомендації. На сучасному етапі відбуваються якісні зміни маркетингових технологій. Їх особливістю є якомога більш повне дослідження споживачів, їх уподобань і поведінки. З цією метою органічні підприємства повинні більш широко використовувати методи зворотного зв'язку з споживачами за допомогою інтерактивних технологій спілкування з ними. Цей метод відомий у сучасній науці і практиці як краудсорсинг [8], завдяки якому споживачі, по суті, беруть участь у створенні і просуванні продукту.

#### **Список використаних джерел:**

1. Федерація органічного руху України // <http://www.Organic.com.ua>
2. Стрій Л.О. Сутність та принципи маркетингового управління / Л.О. Стрій, І. С. Агієва / Економічні науки / 6. Маркетинг та менеджмент [Електронний ресурс] Режим доступу: [www.rusnauka.com/23\\_SND\\_2008/Economics/26369.doc.htm](http://www.rusnauka.com/23_SND_2008/Economics/26369.doc.htm)
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер ; [пер. с англ. под ред. Л. Волковой, Ю. Н. Каптуревського]. – СПб. : Питер, 2001. – 752 с.

4. Стельмашук І.З. Розвиток органічного агровиробництва в Україні -/ І.З. Стельмашук // Агроінком, 2013, № 4-6, С.26-29
5. Бережна Ю. С. Канали збуту органічної продукції: міжнародний аспект та вітчизняна практика / Ю.С. Бережна // Вісник Хмельницького національного університету 2010, № 4, Т. 4. С. 198-202
6. Безус Р. М. Маркетинговий підхід при розподілі продукції органічного агровиробництва / Р.М. Безус // Агросвіт, № 22, 2014 стор. 41 - 46
7. Боровик Т.В. Маркетингове забезпечення ринку органічної продукції в умовах трансформації економіки / <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.1/024.pdf>
8. Шевчук О.Ю. Вплив сучасних маркетингових Інтернет - технологій (краудсортинг) на розвиток бізнесу / // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013. - №2(5). – с. 282-287. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znptdau\\_2013\\_2\(5\)\\_\\_39.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znptdau_2013_2(5)__39.pdf).

**Секція 6.**

**МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ТА  
МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ**

**A. Starostina**, Doctor of Ec. Science., professor,  
**V. Kravchenko**, PhD in Economic sciences, assoc. professor,  
Kyiv National Taras Shevchenko University,  
**K. Kravchenko**, Master of Business Administration,  
Kyiv National Taras Shevchenko University,  
Laurea magistrale in Political and International Studies Dottoressa magistral,  
University of Macerata, Italy,  
Ukrainian Chamber of Commerce and Industry

**COMPETITIVE POSITION OF ITALIAN MANUFACTURERS IN THE  
UKRAINIAN MARKET OF HOME APPLIANCES**

In context of establishing market relations in Ukraine with competitive relations as their integral part the problem of strategic planning of a company's competitive behaviour and promotion of its competitive positions that would bring it to success in the long term is becoming more and more important. A great number of companies in the Ukrainian market of home appliances and in other markets select a competitive strategy rather on impulse depending on circumstances but not as the process of strategic planning. It results in the situation when companies change often their strategic line making it impossible to achieve high financial performance and ensure further business growth. Absence of planning processes and operating strategy formation specifically a competitive strategy in many companies causes their low competitiveness in both the national and foreign markets, as well as inevitable failure in the future [1, 3]. Therefore research of existing classification of competitive strategies and identification of their priority for design of own competitive behaviour of a company, analysis of external and internal factors of influence on company's performance, technique for implementation of companies' competitive advantages in the world market and opportunity to apply the world experience in the context of the Ukrainian market gains more relevance.

We have chosen Indesit Company and conducted a questionnaire survey of customers to determine the competitive advantages of Italian manufacturers in the Ukrainian market of dishwashers. Questionnaire survey of consumers and experts was carried out in Kyiv during April and May, 2015. Women and men from Kyiv present a population for research. Women and men aged 21-55 with an average income level and salespeople from home appliances chain stores and Internet stores are sampling elements. In addition, elements under research are women and men aged 21-55 with an average income level and salespeople from home appliances

stores. 115 respondents (100 consumers and 15 experts) were surveyed in 15 points of purchase of large home appliances in the course of survey.

The identification of competitive advantages for Indesit, based on a questionnaire survey of consumers, will enable experts to develop an effective competitive strategy to promote the product in the Ukrainian market. The study has shown that Indesit Company is a well-known and popular manufacturer of dishwashing machines, although it is not a market leader today, but Indesit has the potential to increase the market share if it develops the effective advertising campaign. The survey has made it possible to identify the number of potential consumers in the city of Kyiv, who plan to purchase a dishwasher during the year; the information sources that have the greatest impact on consumers' decisions while choosing dishwashers; dependence of the optimal price that a buyer wants to pay for a dishwasher with the most appropriate characteristics and a desire of purchase on the age, marital status and total family profits; influence of the main product characteristics on the consumer's decision concerning the purchase, etc.

In our opinion, the most interesting hypothesis of our research was the hypothesis about the relationship between two variables: on the one hand – income and family composition, on the other hand – desire to buy a dishwasher. We have used the computer program SPSS 20.0 for build the contingency table signs of three variables (represented in table 1).

Having built a contingency table with one layer, we obtain the following results, where most indicators are:

- from families with an income of UAH 5 000-10 000: 44.4% of young families without children and 44.4 % of families with two children planning to buy a dishwasher during the year;
- from families with an income of UAH 10 000-15 000: 46.7% of families with two children and 62.5% of families with three or more children planning to buy a dishwasher for a year.

In the analysis of ties between different variables two groups of potential buyers of dishwashers were identified - "consumers-innovators" and "traditional buyers". For different groups different parameters of product are important when they plan to purchase a dishwasher. For the group of "consumers-innovators" common indicators are: price is not important; importance of company image, of product design and of technological innovation. For the group of "traditional consumers" common indicators are: range is not important; importance of the product's discount, of warranty period and of reliable delivery of goods.

During the analysis there was defined the impact of customers age, their marital status and total family income on their belonging to a certain target groups.

According to the results of dependence, it was determined that:

- the group of "consumers-innovators" includes young people aged 18-39 years old who have a family with two children and more and have a total family income above UAH 10 000;
- the group of "traditional buyers" includes people aged 28-39 years old who have a family with one child and have a total family income to UAH 10 000.

Table 1

**Contingency table signs of three variables: Marital Status \* Wish to buy \* Family Income**

Family income				Dishwasher (wish to buy), %		Total
				yes	no	
to UAH 5 000	Marital status	single	% within marital status	0,0	100,0	100,0
		young family without children	% within marital status	20,0	80,0	100,0
		family with one children	% within marital status	0,0	100,0	100,0
	Total			6,7%	93,3	100,0
UAH 5 000- 10 000	Marital status	single	% within marital status	25,0	75,0	100,0
		young family without children	% within marital status	44,4	55,6	100,0
		family with one children	% within marital status	16,7	83,3	100,0
		family with two children	% within marital status	44,4	55,6	100,0
		family with three children and more	% within marital status	0,0	100,0	100,0
	Total			27,9	72,1	100,0
UAH 10 000- 15 000	Marital status	family with one children	% within marital status	100,0	0,0	100,0
		family with two children	% within marital status	46,7	53,3	100,0
		family with three children and more	% within marital status	62,5	37,5	100,0
	Total			59,3	40,7	100,0
Total	Marital status	single	% within marital status	8,3	91,7	100,0
		young family without children	% within marital status	35,7	64,3	100,0
		family with one children	% within marital status	29,2	70,8	100,0
		family with two children	% within marital status	45,8	54,2	100,0
		family with three children and more	% within marital status	45,5	54,5	100,0
	Total			34.1%	65,9	100,0

Source: made by the author based on questionnaire using computer program SPSS 20.0 and source [2, p. 923-948]

According to the results of dependence, it was determined that:

– the group of "consumers-innovators" includes young people aged 18-39 years old who have a family with two children and more and have a total family income above UAH 10 000;

– the group of "traditional buyers" includes people aged 28-39 years old who have a family with one child and have a total family income to UAH 10 000.

Also there was defined the dependence of optimal product price for the buyers on their belonging to a certain target group.

According to the results of dependence, there was determined that 56% of "consumers-innovators" are willing to pay UAH 8 000-12 000 on the dishwasher with the most appropriate characteristics for them and most of customers of the group of "traditional buyers" are willing to pay UAH 5 000-8 000.

Consequently, based on a questionnaire survey of consumers and experts we have identified the competitive advantages for Indesit and developed the strategy to promote the product in the Kyiv market to increase the volumes of sales. Indesit basic differences from its main competitors are the high quality of products at a reasonable price and focus on the B2C market with average profit consumers, as the company does not have industrial and elite dishwashing machines among its product line.

To provide the highly competitive positions and to maintain a good image, Indesit company has to use the latest technologies; to develop and improve models of its dishwashers to meet "demanding" customers' needs, as technologies have become out of date, and equipment ceases to be interesting for the segment of innovators, on which Indesit is partly focusing; to improve the product quality at all stages of its production and sale, and to provide consumers with the highly qualified service.

#### **References:**

1. Ansoff, H. I., Antoniou, P. The Secrets of Strategic Management: The Ansoffian Approach. Booksurge, LLC, 2005.
2. Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: Textbook / A.O. Starostina, N.P. Goncharova, Ye.V. Krykavskiy and others; edited by A.O. Starostina. – K.: Znannia, 2009.
3. Porter M. Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors. – N.Y.: Free Press. – 1998.

**Інета Гейпеле**, д.е.н., професор,  
Ризький технічний університет (Латвія),

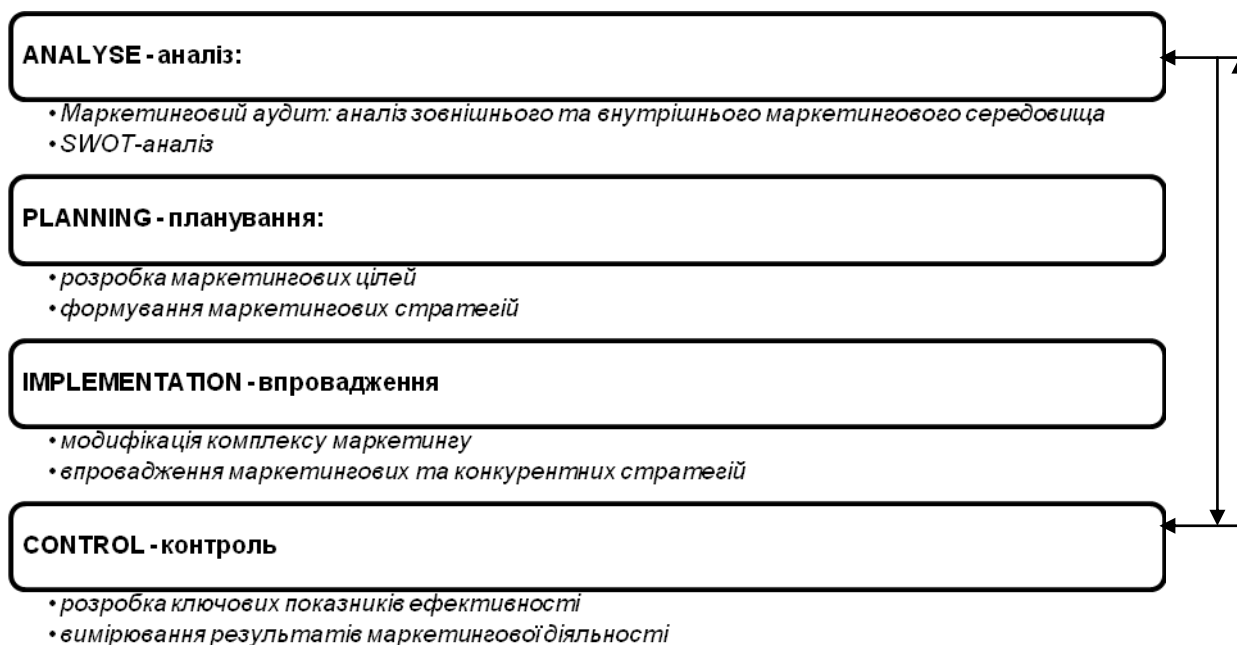
**Л.В. Пащук**, к.е.н., доцент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ В МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЯХ**

Маркетинг є однією із ключових функцій будь-якої компанії, що забезпечує задоволення економічних інтересів учасників ринкових відносин, а саме потреб споживачів прибутково [2]. Насамперед маркетинг є управлінською діяльністю. Ф. Котлер пропонує розглядати управлінську діяльність за підходом АРІС, що є аббревіатурою англійських іменників analysis

– аналіз, planning – планування, implementation – впровадження, control – контроль [1, 2].

Йдеться про системний та логічний підхід. Перш за все необхідно визначити умови, в яких працює організація, проаналізувавши зовнішнє середовище та внутрішній потенціал компанії. Результати проведеного маркетингового аудиту доцільно узагальнити у SWOT-аналізі. Наступним етапом є безпосередня розробка маркетингових планів дій на основі сформульованих в результаті ситуаційного аналізу маркетингових цілей. Розроблені плани підлягають впровадженню під час наступного етапу і завершальним етапом є оцінка ефективності впровадження, аналіз управлінських помилок. При цьому маркетингова діяльність на підприємстві повинна бути циклічною і результати контролю повинні бути враховані в рамках подальшого маркетингового планування, як проілюстровано на рис.1.



**Рис.1. APIC – основа маркетингової управлінської діяльності**

*Джерело:* складено автором на основі [2]

Беручи до уваги той факт, що маркетингова діяльність характеризується циклічністю, варто визнати, що контроль займає найважливіше в маркетинговій діяльності, оскільки створює основу для прийняття рішень в майбутньому. Досягнення результатів можливе лише за умови своєчасного виявлення проблемних зон діяльності організації. Тому регулярний та системний контроль є вкрай необхідними. Крім того, переважна більшість транснаціональних корпорацій, зокрема, Bayer, Coca-Cola, Pepsi Co, Mondelez, Mars, Mintel, Cargill та безліч інших, єдині в тому підході, що необхідно проводити раз на рік перевірку виконання розроблених планів та досягнутих результатів. Результати проведеного весною 2015 року дослідження серед 60 компаній, 32% з яких були українськими, а 72% - офісами та представництвами міжнародних компаній,



продемонстрували, що в переважній більшості компаній (85%) контроль результативності маркетингової діяльності виконується, проте єдиного підходу не існує. Відповідальними за контроль є керівники компаній або представництв у співробітництві з маркетологами. При цьому варто зазначити, що 80% українських компаній потребують сприяння у проведенні контролю, оскільки не мають системного власного розуміння, як проводити процес контролю за маркетинговою діяльністю. Натомість, 96% іноземних компаній використовують глобально прийняті у компанії підходи та вважають їх вдалимими та такими, що сприяють подальшій успішності компаній та брендів. Узагальнюючи позитивний досвід вітчизняних та іноземних компаній, можна виділити такі основні типи маркетингового контролю, що можуть бути використані організаціями, - це контроль щорічних планів, контроль обсягу продажів, контроль виконання маркетингових цілей, контроль ефективності та стратегічний контроль. На рис. 2 на основі робіт Ф.Котлера та результатів проведеного автором дослідження узагальнено цілі кожного з типів контролю, визначено відповідальних та мету контролю.



**Рис.2. Типи та цілі маркетингового контролю**

*Джерело:* складено автором на основі [1, 3]

Контроль ефективності щорічних планів може бути здійснений на основі розроблених в компанії ключових показників ефективності (англ. - Key Performance Indicators, KPI). Рех [3] визначає ключові показники як показники, що відображають ключові фактори успіху компанії згідно її цілей. Ці показники дають змогу створити кількісну систему оцінки стратегічної діяльності організації на основі контролю виконання поставлених цілей. Ключові показники ефективності можуть бути кількісними та якісними. Кількісні матимуть чисельне значення, а якісні будуть стосуватись переважно ставлення

до бренда та компанії, продукту, їх сприйняття споживачами та ключовими стейкхолдерами. Переважна більшість досліджуваних компаній (78%) погодилась із доцільністю розробки ключових показників ефективності на основі маркетингових цілей. Такий досвід варто переймати і українським компаніям.

Отже, контроль ефективності маркетингової діяльності є важливою складовою управління компанією та потребує подальшого дослідження, оскільки передбачає узагальнення кількісних та якісних результатів.

**Список використаних джерел:**

1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф. – М. : Бизнес-книга, ИМА-Кросс. Плюс, 1995 – 702с.
2. Haldane, G. (2009) Professional Diploma in Marketing. Study Text. Project Management in Marketing. /– London : BPP Learning Media, Aldine Place.
3. Reh F. John (2007), Key Performance Indicators (KPI). How an organization defines and measures progress toward its goals. [Online blog], Режим доступу: [http://management .about.com/cs/generalmanagement/a/keyperfindic.htm](http://management.about.com/cs/generalmanagement/a/keyperfindic.htm)

**В.В. Дергачова**, д.е.н., професор,  
**К.О. Кузнєцова**, асистент,  
Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут»

## **СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОГЕНЕРУЮЧОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних умовах господарювання, управління ресурсним забезпеченням підприємства виступає як загальноекономічний чинник раціонального споживання ресурсів та ефективного функціонування виробничої системи. Поширеним та загальновідомим фактом є те, що навіть ті підприємства, які мають схоже, на перший погляд, ресурсне забезпечення, на кінцевому етапі мають суттєво відмінні результатами своєї діяльності. Цю різницю можна пояснити різною структурою використання ресурсів підприємства.

Формування системи управління ресурсним забезпеченням енергогенеруючого підприємства пов'язане з виявленням можливостей системи впорядкувати процеси використання ресурсного забезпечення відповідно до внутрішніх особливостей та закономірностей господарської діяльності, а також є необхідним для:

- аналізу сучасного стану підприємства;
- моделювання розвитку ресурсного потенціалу підприємства;
- визначення оптимальної структури використання ресурсного забезпечення.

У зв'язку з вищевикладеним прийнятною методологічною основою управління та оптимізації структури ресурсного забезпечення

енергогенеруючого підприємства є застосування системного підходу, що дозволить комплексно оцінити рівень використання ресурсів. Варто зазначити, що ресурсне забезпечення енергогенеруючого підприємства є відкритою системою, тобто наявною є взаємодія з зовнішнім середовищем (обмін ресурсами). Таким чином, ефективне використання можливостей зовнішнього середовища забезпечить збереження системи. Ресурсне забезпечення підприємства підлягає зміні при впливі дії макроекономічних чинників, при цьому зберігаючи якісну визначеність та адаптивність функціонування.

Якщо провести аналогію у виділенні елементів ресурсного забезпечення як відкритої економічної системи з підприємством, то, відповідно до такої концепції, його забезпечення буде формуватися залежно від таких системоутворюючих характеристик, як:

- 1) зовнішнє оточення – вхід (постачання ресурсів), вихід системи (споживання електроенергії), зв'язками із зовнішнім середовищем та зворотнім зв'язком;
- 2) внутрішня структура – сукупність взаємозалежних ресурсів, що забезпечують, за допомогою реалізації бізнес-процесів, переробку «входу» у «вихід» і досягнення цілей системи (рис. 1).



**Рис.1. Ресурсне забезпечення енергогенеруючого підприємства як відкритої економічної системи**

Джерело: складено автором на основі [1]

Наведене засвідчує, що система ресурсного забезпечення представлена сукупністю складових елементів  $X(t)$ , комплексом відносин і зв'язків між ними  $Z(t)$ , взаємовідносинами з економічним оточенням  $W(t)$ , постійно змінюється у відповідності з правилами  $L(t)$ .

При формуванні ресурсного забезпечення підприємства завжди необхідно враховувати галузеві особливості, в основу яких покладено специфічність технологічних процесів, особливості організації виробництва, характеристики кінцевого продукту, ресурсів для його виробництва, ринків збуту тощо.

Електроенергетика належить до енергозатратних та частково машинозатратних галузей національної економіки, що зумовлює особливу важливість забезпечення підприємств енергоносіями та модернізації генеруючих потужностей.

Крім того, варто зазначити, що електроенергетика впливає не лише на розвиток народного господарства в цілому, а й на територіальну організацію продуктивних сил. Ефективність діяльності енергогенеруючих підприємств в довгостроковій перспективі залежить від розміщення джерел енергоресурсів (родовищ корисних копалин) та наявності ЛЕП (з відповідною інфраструктурою). На сьогодні 1/3 обсягів електроенергії виробляється в районах її споживання, а 2/3 – в районах видобутку енергоресурсів. В основному, фінансові результати енергогенеруючих підприємств залежать від оплати поставленої ними електроенергії споживачам.

Ресурсне забезпечення енергогенеруючих підприємств формується в основному під впливом таких внутрішніх факторів, як:

- рівень забезпеченості енергоресурсами (нафта, природний газ, мазут, торф, вугілля, атомне паливо тощо) та їхні якісні характеристики;
- рівень технічного стану та прогресивність генеруючих установок (рівень втрат енергії при перетворенні в електричну енергію);
- рівень забезпеченості ЛЕП (раціональність територіальної розв'язки, рівень втрат при транспортуванні електроенергії тощо) [2].

Для енергогенеруючого підприємства (ТЕС) важливим завданням є облік ресурсів, що використовуються для генерації; визначення збалансованості виробничих можливостей підприємства, визначення їх сьогоденної та подальшої конкурентоспроможності на ринку та необхідності.

Таким чином, розробка методичних основ оцінювання потенціалу конкурентоспроможності енергогенеруючого підприємства на основі ресурсного забезпечення набуває особливої актуальності та необхідності. Це зумовлено тим, що такий підхід враховує внутрішні виробничі можливості підприємства (безпосередньо ресурсний забезпечення) та становище в ринковому середовищі (функціонування в умовах певних моделей ринку електроенергії).

#### **Список використаних джерел:**

1. Шершньова З. Є. Стратегічне управління / З. Є. Шершньова – Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

2. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання: підручник / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морева, О. В. Белякова, О. Б. Балакай. – Донецьк: Вид-во Цифрова типографія, 2012. – 257 с.

**С.В. Ковальчук**, д.е.н., професор,  
Хмельницький національний університет

## **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Незважаючи на те, що маркетинг у всьому світі заявив про себе як найбільш успішну технологію ведення бізнесу, для більшості українських машинобудівних підприємств саме цей ринковий інструмент залишається відносно новою функціональною сферою діяльності. Хоча на деяких машинобудівних підприємствах України і Хмельницької області маркетингові підрозділи були створені ще у 1991-му р., в цій сфері і досі зберігаються окремі організаційні проблеми, на які вказують як управлінці-практики, так і дослідники-теоретики. Разом із тим роль маркетингової діяльності для промислових підприємств України в сучасних умовах, які з одного боку характеризуються загостренням політичної та економічної ситуації з Росією, а з іншого – можливістю євроінтеграції, складно переоцінити. Ця ситуація своєю чергою дає поштовх таким процесам у цій галузі, як:

1) необхідністю диверсифікувати ринки збуту продукції вітчизняних промислових підприємств, традиційно орієнтованих на Росію та інші пострадянські країни;

2) необхідністю з боку підприємств глибше аналізувати потреби своїх цільових покупців, прогнозувати дії конкурентів, розробляти гнучку товарну і цінову політику, оптимізувати розподіл і широко використовувати такі інструменти, як реклама і PR, цього вимагає логіка розвитку світового господарства: інформатизація, глобалізація, посилення конкуренції на світових ринках, зменшення тривалості інноваційних циклів та інші, добре відомі тенденції початку XXI століття.

З метою якісного аналізу та кількісного оцінювання організації маркетингової діяльності на машинобудівних підприємствах Хмельницької області, Центром маркетингових ініціатив Хмельницького національного університету проведено обстеження 47 підприємства різної форми власності та величини бізнесу. Результати дослідження дозволили здійснити не лише якісний опис організації маркетингових структур та маркетингової діяльності машинобудівних підприємств, але й дати кількісну оцінку рівня її організації.

Обстеження організаційних структур маркетингової діяльності здійснювалося з позицій наявності і «функціональної» розвиненості маркетингового підрозділу, ступеня організаційної координації його основних функцій та його місця в структурі управління. У ході дослідження було

з'ясовано, що незважаючи на те, що маркетинг і досі на більшості підприємств залишається відносно новою функціональною сферою діяльності, він вже повністю виділився і оформився в самостійний підрозділ на 38,3% (18) обстежених підприємств; проте 61,7% (29) підприємств не мають у своєму складі маркетингових підрозділів.

Щодо змісту виконуваних маркетингових функцій було встановлено, що операційні функції маркетингу (робота з конкретним клієнтом, складування готової продукції, її транспортування, торгівля, оформлення документації) виконуються на всіх підприємствах, функції тактичного рівня (дослідження ринку, прогнозування попиту, планування комплексу маркетингу) виконуються лише на 61,7%, функції стратегічного маркетингу (портфельний менеджмент, тобто активне управління різними напрямками діяльності, а також пошук альтернатив, що виходять за рамки існуючого бізнесу) в частковому вигляді – на 36,2% підприємств, а в повному (як того вимагає теорія) – лише на одному підприємстві: Волочиському машинобудівному заводі. Таким чином, за нашими даними, на машинобудівних підприємствах Хмельницької області ще триває процес становлення маркетингової парадигми в системі управління.

Важливим питанням є і місце маркетингу в загальній структурі управління підприємством. Аналізуючи інформацію щодо підпорядкованості маркетингової діяльності на машинобудівних підприємствах Хмельницької області, слід зазначити, що маркетингова діяльність підпорядковується заступнику директора підприємства, який має статус 1-го заступника, тільки на 5,6% від кількості обстежених підприємств, на яких створені маркетингові структури, а заступнику директора підприємства, що не є першим – 27,8% підприємств. Це свідчить про меншу значущість маркетингу в порівнянні з іншими (традиційними) функціями для більшої (66,7%) частини підприємств. На окремих підприємствах взагалі не введено посаду маркетингового керівника (директора). Іншими словами, відсутній «вузькоспеціалізований» керівник, а маркетинг є лише однією з функцій управління, а не загальною філософією бізнесу.

Проведений аналіз організаційних структур підприємств і підрозділів, що виконують маркетингові функції, дозволив виокремити чотири типові організаційні структури маркетингової діяльності. Для цього була здійснена кластеризація обстежених підприємств.

Кластер 1. Становлять підприємства, на яких маркетингова діяльність зводилася переважно до операційного маркетингу (кластер і відповідний тип організаційної структури умовно названий «Стохастичний маркетинг»).

Кластер 2. Становлять підприємства, на яких виконуються функції як операційного, так і тактичного рівня, маркетингова діяльність здійснюється під керівництвом кількох заступників директора, які не мають статусу першого заступника, і підрозділами, що виконують маркетингові функції, проте це не є основним напрямом їх діяльності (умовна назва – «Неузгоджений маркетинг»).

Кластер 3. Становлять підприємства, на яких виконуються функції як операційного, так і тактичного рівня, маркетингова діяльність здійснюється під

керівництвом одного заступника директора, який не має статусу першого заступника підприємства, при цьому підрозділи, що виконують маркетингові функції, є згрупованими за видами маркетингової діяльності (умовна назва – «Скоординований маркетинг»).

Кластер 4. Становлять підприємства, на яких виконуються функції як операційного і тактичного рівня, так і частково стратегічного, крім того, маркетингова діяльність знаходиться в компетенції директора підприємства або його першого заступника (умовна назва – «Маркетинговий менеджмент»).

Як свідчить інформація, отримана в процесі дослідження, в середньому тільки 21,7% підприємств зберігають маркетингову інформацію у вигляді комп'ютерних баз даних. При цьому найбільший відсоток (48,9%) є характерним для логістичної інформації, а найменший – інформації про конкурентів та зовнішнє середовище. В основному інформація зберігається на паперових носіях (45,1%) або у вигляді електронних документів (46,8%). При цьому на 44,7% підприємств логістичні операції автоматизовані комплексно (охоплені повністю), а на інших 31,9% – лише частково. Як приклад може бути наведена запроваджена на ДП «Новатор» система «Парус». Ця система повністю реалізує функції з приймання готової продукції на склад, обліку її руху, а також відвантаження та оформлення товаротранспортних накладних та інших супутніх документів. На кожну одиницю продукції заводиться відповідна «історія», в тому числі і на період після відвантаження продукції споживачеві. Важливою особливістю системи є можливість сканування штрих-коду. Основними користувачами системи є відділ продажів, бухгалтерія та відділ маркетингу.

Таким чином, на основі проведеного дослідження за 10-бальною шкалою оцінювання, можна зробити такі висновки:

1) для переважної більшості машинобудівних підприємств є притаманним невисокий і середній рівень організації маркетингової діяльності, а, отже, ці підприємства мають резерви щодо підвищення рівня організації маркетингової діяльності;

2) рівень організації матеріального стимулювання маркетингової діяльності становить 3,33 бали, що є нижчим, ніж рівень її інформаційного забезпечення (4,00), який, у свою чергу є нижчим, ніж рівень організації в аспекті оргструктури (5,83);

3) найбільші недоліки (а отже, і найбільші резерви) в організації спостерігаються у сфері показників преміювання, що відображають внутрішню диференціацію маркетингових функцій (0,77 бали), використання методів аналізу і прийняття рішень (1,48), а найвищі оцінки є характерними для міжфункціональних координації (8,06) та автоматизації маркетингової логістики (5,94);

4) існує необхідність у розробці основних напрямів вдосконалення організації маркетингової діяльності машинобудівних підприємств у всіх зазначених аспектах, а саме: удосконаленні і формуванні оптимальної маркетингової організаційної структури; підвищення ролі інформаційного

забезпечення маркетингової діяльності (у тому числі, через ефективну роботу веб-сайті підприємств); покращення системи матеріального стимулювання працівників, які виконують маркетингові функції.

Очевидним є той факт, що необхідною умовою при цьому є врахування специфіки трансформаційних процесів української економіки. Крім того, вибір оптимальної організації маркетингової діяльності має враховувати такі дві тенденції, що суперечать одна одній, – підвищення рівня організації і, відповідно, якості маркетингових рішень, з одного боку, призводить до зростання витрат на організацію, з іншого.

Зазначені рекомендації мають сприяти підвищенню рівня організації маркетингової діяльності машинобудівних підприємств і тим самим зростанню їх ефективності та конкурентоспроможності.

**Є.В. Крикавський**, д.е.н., професор,  
**Н.С. Косар**, к.е.н., доцент,  
**А.Я. Дмитрів**, к.е.н., ст. викладач,  
НУ «Львівська політехніка»

### **ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКРАЇНИ**

Сучасні тенденції розвитку ринку послуг вищої освіти (ВО) у загальнонаціональному та регіональному аспектах свідчать про значну кількість проблем і перешкод у розробці та реалізації механізму формування та використання їх інформаційного забезпечення, потребу схематизації усього потоку інформації, яка є необхідною для ефективного управління вищим навчальним закладом (ВНЗ). Теоретичні та методичні аспекти поставленої проблеми певною мірою висвітлювалися у працях провідних вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків таких як С. Каленюк [4], О. Кратта [6], О. Куклін [4], О. Саєнка, С. Семенюк, М. Слоква [6], К. Фокс [5], С. Хаминіч, І. Щербини [9] та ін. Однак, уподобання споживачів освітніх послуг змінюються, і для того, щоб правильно адаптуватись до змін, ВНЗ слід вдосконалювати підходи до проведення маркетингових досліджень з метою покращання інформаційного забезпечення їх маркетингової діяльності.

Маркетинговий підхід до аналізу діяльності ВНЗ, вивчення тенденцій розвитку ринку послуг ВО передбачає розгляд маркетингових досліджень як складової традиційної маркетингової інформаційної системи (МІС). Базову схему побудови МІС, розроблену «класиком» маркетингу - Ф. Котлером, можна адаптувати до сфери ВО (рис. 1).



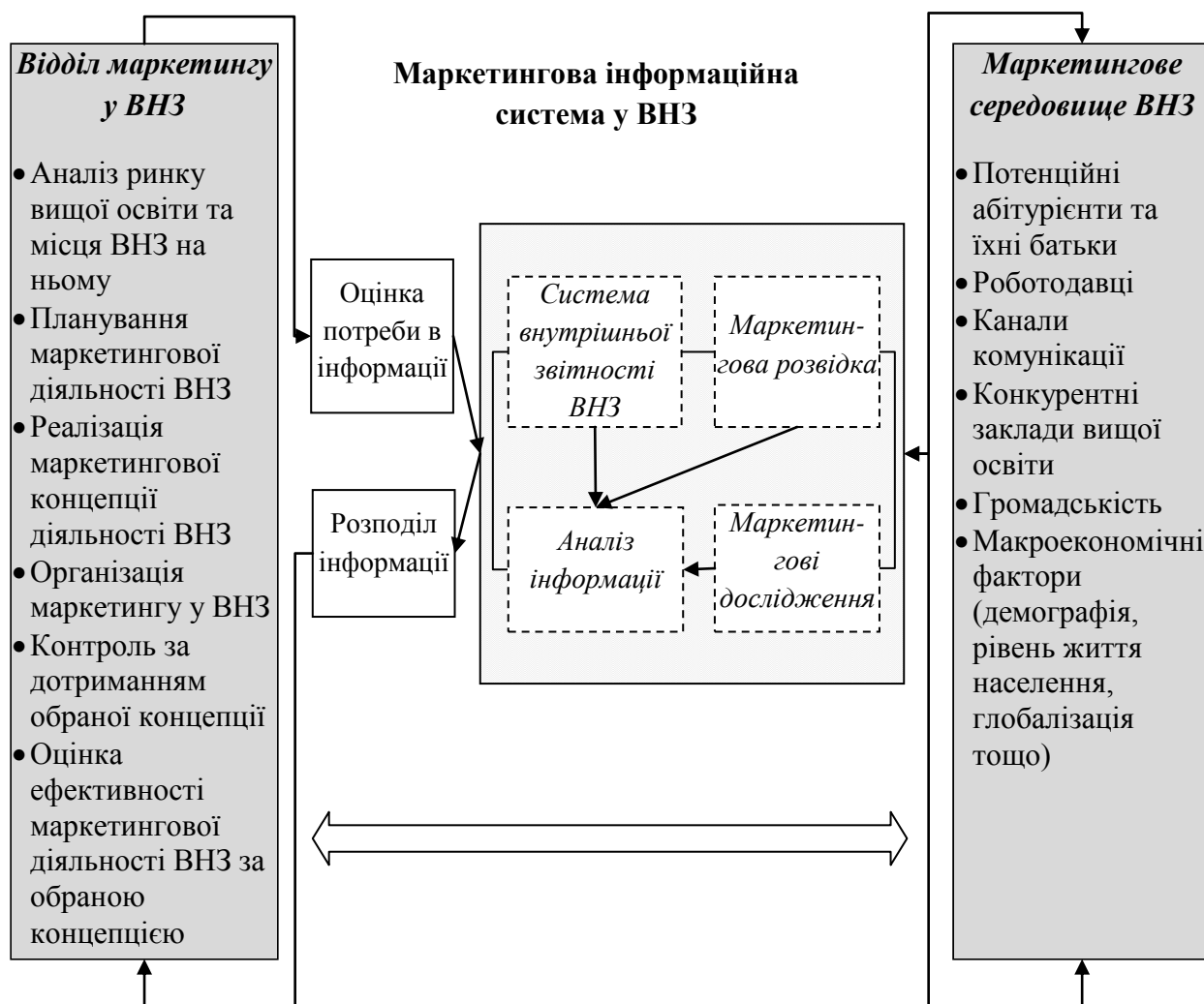


Рис.1. Маркетингова інформаційна система ВНЗ

Джерело: на основі [5]

Зазначимо, що сам автор інтерпретує традиційну МІС для навчальних закладів у дещо іншому виконанні. Так, компоненти МІС у викладі Ф. Котлера та К. Фокс [5, с. 75] орієнтовані на крупні ВНЗ, в яких навчається велика кількість студентів. У таких закладах є цілком логічною наявність у апараті управління спеціальних маркетингових дослідницьких структур, аналітичних маркетингових систем тощо. В Україні станом на початок 2014/15 н. р. середня чисельність студентів в розрахунку на один ВНЗ III-IV р. а. становила 5191 осіб [2, с. 21].

Сьогодні у сфері управління ВНЗ більшість внутрішньої інформації накопичувалась без усвідомлення її корисності для інформаційного забезпечення маркетингової діяльності. Наприклад, база даних усіх студентів, що містить їхні адреси, вік, вивчені предмети, оцінки, зазвичай архівується, але не використовується. Проте з точки зору маркетингу, така інформація може бути корисною для побудови комунікацій із потенційними студентами та референтними групами. Відповідно, така база даних повинна бути упорядкованою, легко доступною, повинна давати можливість робити вибірки

аналітичні таблиці з використанням фільтруючих індикаторів (наприклад, випуск чи набір певного року за певним напрямом підготовки тощо).

Наявність інформації про абітурієнтів та випускників спрощує процес проведення маркетингових досліджень з використанням Інтернету. Сьогодні сучасні техніки он-лайн досліджень за онлан-групами та блогерами базуються на використанні такого маркетингового прийому як «сарафанне радіо» [10, с. 47] і дозволяють вивчити думки абітурієнтів, студентів та випускників стосовно певного навчального закладу, їх потреби та проблеми.

Як засвідчує досвід європейських університетів, корисна інформація про ВО повинна бути легкодоступною, зрозумілою та деталізованою. В Україні доступ до такої інформації є достатньо ускладнений, що обумовлюється небажанням керівництва закладів висвітлювати всі деталі діяльності ВНЗ в умовах конкурентної боротьби. Відкритий доступ до інформації про діяльність українських ВНЗ сприятиме формуванню або відновленню довіри зі сторони потенційних та існуючих студентів, громадськості, інвесторів тощо [1; 7, с. 266-271; 10, с. 39-42; 12, с. 54-59].

Для практичної реалізації процесу формування інформаційної бази даних ВНЗ не потрібно, щоб він володів значними коштами, великим штатом маркетингологів чи наймав на роботу маркетингові агентства. Перевагою цього процесу є те, що один раз систематизувавши роботу по збору інформації у майбутньому достатньо лише доповнювати створену базу даних.

До основних проблем, з якими можуть зустрітися маркетингологи у процесі обробки результатів маркетингового дослідження ВНЗ, належать наступні:

- обробка інформації в ручному режимі є трудомістким процесом із високим ступенем ймовірності допущення механічних помилок;
- програми для комп'ютерної обробки інформації можуть бути достатньо дорогими, а тому не завжди доступними;
- інформація про освітню діяльність конкурентних ВНЗ не є загальнодоступною, а отже часто необхідну інформацію потрібно купувати, що потребує додаткових витрат.

Напрями використання у ВНЗ масиву інформації про стан розвитку сфери ВО можуть бути різними – від формування власних звітів до оцінки ефективності використання впровадженої концепції в діяльність ВНЗ. Відповідно, важливою передумовою здійснення маркетингових досліджень у сфері ВО є систематизація та класифікація видів інформації, джерел її отримання, напрямів застосування. Проте не варто недооцінювати роль типової інформації, що традиційно накопичується у ВНЗ і може бути корисною для його маркетингової діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бобало О. Вітчизняний досвід маркетингової діяльності вищих навчальних закладів. Пропозиції щодо використання маркетингових інструментів [Електронний ресурс] / О. Ю. Бобало // Демократичне врядування. – 2011. – Вип. 8. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/DeVr\\_2011\\_8\\_23.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/DeVr_2011_8_23.pdf)

2. Державна служба статистики України. Основні показники діяльності вищих навчальних закладів України на початок 2014/15 навчального року : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Дмитрієв В. Ю. Маркетинг як засіб управління якістю діяльності ВНЗ / В. Ю. Дмитрієв // Вища освіта України. – 2012. – № 3 (46), Т. 2. – С. 116-123.
4. Каленюк І. С. Розвиток вищої освіти та економіка знань : монографія / І. С. Каленюк, О. В. Куклін. – К. : Знання, 2012. – 343 с.
5. Котлер Ф. Стратегічний маркетинг для навчальних закладів / Ф. Котлер, К. Ф. А. Фокс, [пер. з англ.]. – К. : УАМ. Хімджест ; 2011. – 580 с.
6. Кратт О. А. Сегментація ринку послуг вищої освіти: використання системного підходу : монографія / О. А. Кратт, М. Г. Слоква ; НАН України, ІЕПД. – Донецьк : Юго-Восток, 2005. – 291 с.
7. Сокурєнко П. Маркетинг ВНЗ: пошук підходів / П. Сокурєнко, І. Щербина // Вісник економічної науки України. – 2012. – № 2. – С. 151-153 .
8. Хмелєвська О. М. Основні трансформаційні зрушення у системі вищої освіти України / О. М. Хмелєвська // Демографія та соціальна економіка. – 2014. – № 2. – С. 21-33.
9. Чайка І. П. Холістичний маркетинг і його значення у функціонування вищого навчального закладу / І. П. Чайка // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 3. – С. 53-60.
10. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник / А.О. Старостіна. – К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. – 480 с.

**М.А. Голованова**, к.т.н., доцент,  
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

## **РОЗРАХУНОК МІСТКОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ТА МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ НА ОСНОВІ НОРМ СПОЖИВАННЯ**

Знання місткості ринку, його динаміки є одним із найважливіших і відповідальніших питань для життєдіяльності підприємств України у сучасних умовах господарювання, які набувають особливої актуальності в кризових умовах зростання витрат, загострення конкурентної боротьби і зниження купівельної спроможності, а також насиченості окремих ринків і підвищеної пропозиції за окремими видами товарів. Знання й прогнозування показників ринку та його місткості є дуже важливими, оскільки дають змогу компаніям чітко розуміти й зміцнювати свої позиції як на національному, так і на міжнародних ринках.

Існує багато методів розрахунку місткості ринку [1], при цьому універсальних немає. Конкретні рівні споживання тих або інших груп товарів і послуг для кожної людини є різними.

Науково обґрунтовані рекомендації щодо структури споживання наводяться в нормативних бюджетах споживання [2], що визначають раціональний обсяг продукції різних груп продовольчих і непродовольчих товарів і послуг у середньому на одну людину, використовуючи натуральні та вартісні одиниці, структурні показники. Для визначення місткості ринку важливим показником є рівень індивідуального споживання  $i$ -го виду товарів.

Крім методу розрахунку місткості ринку з урахуванням споживання товарів і послуг на душу населення застосовується метод розрахунку на умовну споживчу одиницю, або на еквівалентного споживача. Існує декілька підходів до визначення еквівалентного споживача та шкал переведення коефіцієнтів споживання стосовно різних вікових категорій та статі: шкала Е. Енгеля (за пропозицією А. Кетле); шкала споживання за Прайсом і Хаутаккером [3].

Одним із найбільш важливих показників при визначенні місткості ринку на основі норм споживання є споживчий бюджет як інтегральний соціальний норматив споживання населенням товарів і послуг. Залежно від ступеня задоволення потреб людини вирізняють три основних види бюджетів споживання: мінімальний споживчий бюджет (прожитковий мінімум); бюджет достатку; раціональний бюджет.

Склад мінімального споживчого бюджету (мінімального набору) визначається з урахуванням: наукових рекомендацій щодо мінімальних обсягів споживання товарів і послуг, необхідних для збереження здоров'я людини й забезпечення його життєдіяльності; фактичного обсягу споживання товарів і послуг в незаможних родинах; складу населення, розміру й структури родин і рівня їх доходів; об'єктивних розходжень у споживанні товарів і послуг в різних регіонах України, обумовлених природно-кліматичними умовами, національними традиціями й місцевими особливостями [4].

Споживчі бюджети (особливо мінімальні) широко використовуються за рубежом. У США серед споживчих бюджетів особливу увагу приділяють бюджету Геллера, який характеризує «загальноприйнятий рівень життя», що базується на наборі тих товарів і послуг, які суспільна думка вважає необхідними для здорового й досить комфортного життя. Тому розмір цього бюджету істотно перевищує середній рівень споживання країни.

Як найбільш доцільну величину нормативу споживання тієї або іншої групи товарів у процесі визначення місткості ринку слід застосовувати середньозважений норматив споживання.

Унаслідок того, що фактичне споживання під впливом різних факторів відрізняється від нормативного, раціональні норми можна використати тільки як орієнтири структури споживання, попереднього обґрунтування в довгостроковій перспективі можливих темпів і масштабів змінення місткості ринку при змінненні соціально-економічного стану й рівня життя споживачів, тобто при їх переміщенні з груп з більш низьким рівнем доходів до груп з більш високим або навпаки, а також при змінненні статтєво-вікової структури споживачів.

На купівлю, наприклад, такого товару, як одяг, впливає не тільки його запас у споживача, але й сума «вільних грошей» у його розпорядженні. З іншого боку, «вільні гроші» у заданій за доходом групі визначаються саме наявністю одягу у споживача, тобто купленим раніше. Тому купівлю не можна розглядати як одноразовий акт. Так купівля, пов'язана з поповненням і відновленням запасу, є процесом, що проходить у часі.

Для розрахунку місткості ринку на основі норм споживання існують кілька підходів:

- 1) виходячи з норм споживання на одного мешканця;
- 2) з урахуванням, яку суму коштів може витратити споживач на придбання пропонованого товару (місткість ринку зазвичай виявляється завищеною, так що цей метод можна вважати оптимістичним);
- 3) шляхом сегментування споживачів за рівнем доходу;
- 4) комплексне оцінювання кількості споживачів і рівня споживання ними певного продукту за одиницю часу з урахуванням специфіки їх поведінки, а також деяких інших факторів.

При визначенні місткості ринку треба урахувати рівень задоволення потреб населення (загальний і на душу населення), який визначається як коефіцієнт, шляхом порівняння вартості фактичного споживання цих товарів з вартістю їх нормативного набору. Різниця між чисельником і знаменником є визначенням вартості загального недоспоживання – при  $k_{zn} < 1$  (понадспоживання – при  $k_{zn} > 1$ ) товарів і послуг порівняно з нормативним його рівнем.

Істотним фактором, що впливає на рівень задоволення потреб населення в товарах і послугах, є насиченість ними споживчого ринку, показниками якої є коефіцієнт і індекс насиченості [1].

Розрахунок місткості національних та міжнародних ринків має як переваги, так і недоліки.

Серед переваг слід зазначити: коливання величини споживання є невеликим, особливо там, де йдеться про продовольство; варіаційний розмах пов'язаний з віком і родом занять людей; усередині виділених груп дисперсія є незначною, а міжгрупові розходження визначають самі групування і їх можна описати монографічно в бюджеті; можна обмежитися аналізом невеликої кількості відібраних родин, при цьому обсяг спостережень має бути прямо пропорційним дисперсії середовища, а дисперсія всередині групи – незначною.

До недоліків належить таке: нормативний бюджет є взагалі логічно необґрунтованими, тому що до нормативного набору включають те, що вважають «життєво необхідним» для людини; речі тривалого користування, наприклад такі, що купують в середньому раз на 30 років, включати до нормативного бюджету немає сенсу; так звані науково обґрунтовані норми мало допомагають, оскільки в них неможливо передбачити всіх випадків заміщення одних товарів іншими; неможливо врахувати в бюджеті частку купівель на колгоспному ринку, але це відображається на середній ціні покупки

(зі збільшенням кількості купівель на ринку зазвичай збільшується середня ціна покупки).

**Список використаних джерел:**

1. Голованова, М. А. Місткість ринку: методологічні підходи і практичні рекомендації [Текст] : навч. посіб. / М. А. Голованова. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2014. – 153 с.
2. Про прожитковий мінімум : Закон України зі змінами та доповненнями // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 38. – Ст. 348.
3. Маслов, П. П. Измерение потребительского спроса (теоретические очерки) [Текст] / П. П. Маслов. – М. : Экономика, 1971. – 155 с.
4. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення : Постанова Кабінета Міністрів України від 14 квітня 2000 р. № 656 [Електронний ресурс]. – Електрон. дані. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/656-2000-%D0%BF>.

**Л.В. Дибчук**, к.і.н., доцент,  
Хмельницький національний університет

**МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ  
РЕГІОНУ**

Економічний розвиток регіону – це процес, який повинен забезпечити зростання економічного добробуту населення шляхом ефективного використання всіх наявних регіональних ресурсів, маркетингове забезпечення економічного розвитку регіону передбачає аналіз ринкових можливостей та визначення конкурентних переваг території з метою їх ефективного використання, а також вплив на ринок для забезпечення економічного зростання [3, с. 372].

Основними функціями маркетингу регіону є аналітична, інформативна та соціальна.

Аналітична функція передбачає проведення маркетингового аналізу різноманітних об'єктів і, як наслідок, забезпечення аналітикою органів, які представляють регіон. До таких аналітичних матеріалів для органів влади можна віднести: аналітичну інформацію про середовище функціонування регіону, цільові ринки, позиціонування регіону, хід виконання певних заходів, відхилення від запланованих показників, інформацію про конкурентів тощо.

Дослідження аналітичної функції маркетингу регіону показало, що на даний час її реалізація є переважно формальною та недостатньо фаховою, що підтверджується аналізом існуючих стратегій соціально-економічного розвитку регіонів України та соціологічними опитуваннями і дослідженнями [1].

Інформативна функція маркетингу регіону полягає у забезпеченні маркетинговою інформацією цільових ринків як всередині, так і за межами

регіону з метою цілеспрямованого впливу на них. Маркетингова інформація для споживачів – це інформація довідкового характеру (про маркетингові заходи) та аналітична інформація (результати маркетингових досліджень). Інформативна функція тісно пов'язана з аналітичною, оскільки певна частка інформації має аналітичний характер. Встановлено, що основним та загальнодоступним джерелом інформації про регіон для суб'єктів господарювання та населення є офіційний веб-сайт. Аналіз регіональних веб-сайтів України виявив, що механізм інформування через мережу Інтернет на даний час реалізується недостатньо та потребує значного вдосконалення.

Соціальна функція маркетингу регіону покликана підвищити самосвідомість та ідентифікацію із місцем проживання та життєдіяльності і, як наслідок, стимулювати до участі в загальній меті підвищення рівня економічного розвитку та покращання іміджу регіону [4].

До інструментів маркетингу регіону необхідно також віднести маркетингові заходи за ознаками:

- стратегічного напрямку:
  - маркетинг іміджу (девіз, іміджеве позиціонування, візуальні символи, події, прямий маркетинг, публікації, брошури, відеофільми, сувенірна продукція з регіональною символікою, PR, регіональні бренди, визначні особистості, маркетингові дослідження з метою виявлення існуючого іміджу і потреби в його коректуванні);
  - маркетинг привабливості (реклама, прямий маркетинг, PR, події, маркетингові дослідження з метою виявлення проблем та потенційних визначних місць);
  - маркетинг населення, персоналу (реклама, стимулювання збуту (соціальні, податкові, житлові пільги), маркетингові дослідження з метою виявлення потреби регіону в спеціалістах певної кваліфікації, проблем із забезпеченням комфортних умов життєдіяльності);
  - маркетинг інфраструктури (реклама, прихована реклама (зйомки фільмів, передач в певному регіоні або про певний регіон), персональний продаж (візити представників регіону в інші країни, регіони), маркетингові дослідження з метою виявлення проблем з інфраструктурою регіону);
- виду маркетингу:
  - стимулюючий маркетинг (пільги для працівників непрестижних професій, в яких є потреба);
  - демаркетинг (підвищення податків на бензин, вартості паркування, обслуговування автомобіля з метою дестимуляції користування особистим транспортом, підвищення вартості житла та комунальних платежів у перенаселених регіонах за умов комунальної власності на підприємства, які надають такі послуги);
  - ремаркетинг (надання додаткового пакету різних пільг для утримання великих підприємств у регіоні (якщо регіони матимуть такі права), удосконалення інфраструктури бізнесу для утримання великих підприємств у

регіоні, надання соціальної допомоги та удосконалення соціальної інфраструктури (для утримання великих підприємств у регіоні через покращання умов для співробітників);

– протидіючий маркетинг (створення нового позитивного іміджу для регіонів з високою криміногенною ситуацією);

• засобу поширення:

– телебачення (реклама, PR);

– радіо (реклама, PR);

– Інтернет (реклама, PR, маркетингові дослідження, прямий маркетинг);

– друковані видання (реклама, PR, оглядові статті про регіон);

– телефон (реклама, прямий маркетинг);

– зовнішня реклама (біг-борди, сіті-лайти, касетони);

• способу впливу:

– зорові (зовнішня реклама, друковані видання, Інтернет-реклама);

– слухові (радіо-реклама, телефонна реклама);

– комбіновані (виставки, ярмарки, телевізійна реклама) [2].

З огляду на те, що дослідити та вплинути певним чином можна лише на відкриті та частково на комерційні джерела інформації, на відміну від порад та власного досвіду, було проаналізовано такі інструменти, як виставкова діяльність, персональний продаж, різноманітні Інтернет-технології тощо.

Дослідження інструментів маркетингу регіону дозволило виявити, що регіони України намагаються за допомогою різноманітних інструментів повідомити про своє існування, однак такі спроби є поодинокими, розрізненими, тобто немає цілісної комплексної стратегії просування, чим і можна пояснити недостатню ефективність застосовуваних дій.

Для підвищення ефективності маркетингу регіону необхідно розробляти маркетингові стратегії розвитку як розділи стратегій соціально-економічного розвитку регіону, що допоможе ліквідувати проблеми недостатнього аналітичного забезпечення та просування регіону.

На відміну від існуючої схеми взаємодії суб'єктів у маркетингу регіону, пропонується на етапі реалізації маркетингових заходів залучати спеціалізовані маркетингові фірми для допомоги у просуванні регіону за допомогою різноманітних маркетингових комунікацій (реклама, PR тощо).

Ми можемо зробити висновок про те, що інфраструктура Вінницької області є досить розвиненою і спостерігаються деякі позитивні тенденції в її подальшому розвитку. Проте регіон повинен активніше проводити політику свого просування і створювати нові туристичні продукти для залучення більшої кількості відвідувачів. Слід також підкреслити, що проведення таких заходів, як Інвестиційні ярмарки, форуми, різноманітні фестивалі дозволяє створити позитивний імідж регіону та зробити його привабливим для відвідування та бізнесу. Однак дані зміни відбуваються повільно, що додатково обґрунтовує необхідність впровадження саме комплексного підходу до використання



інструментів маркетингу регіону для підвищення рівня економічного розвитку регіону.

Отже у процесі управління розвитком територій та в умовах динамічного розвитку процесів глобалізації, регіоналізації та конкуренції триває пошук нових ефективних управлінських технологій, однією з яких є маркетинг регіону, який дозволяє аналізувати ринкові можливості та визначати конкурентні переваги регіону, а також впливати на ринок, забезпечуючи економічне зростання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Андреев В.Е. Конкурентоспособность региона и методика ее оценки [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.resultat.com>.
2. Арженовський І.В. Маркетинг регіонів [Електронний ресурс] – Режим доступу :<http://www.marketing.spb.ru/read/article/a56.htm>.
3. Дайнека О.І. Маркетинг регіону: основні визначення, підходи та проблеми // Вісник Львівського Національного університету. Серія економіка. Вип. 37. – Львів, 2007. – С. 372-376.
4. Фісун К.А. Методологія програмування розвитку регіонів України. – Харків, 2007, – С. 401.

**Н.В. Кудрявська**, аспірантка,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **РОЗВИТОК СТРАХОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Специфіка страхової діяльності припускає використання посередників страховика при проведенні страхування і укладанні договорів: страхових агентів і страхових брокерів.

В історичному аспекті першими суб'єктами страхового посередництва були страхові агенти в Римській імперії. Але власне інститут страхових агентів і страхових брокерів оформився в XVII-XVIII ст. Конструктивна взаємодія страхових організацій зі страховими посередниками в сучасних умовах сприяє розвитку страхового бізнесу і просуванню страхових продуктів, тому що посередники укладають близько 80% договорів по масових видах страхування, забезпечуючи більшу частину доходу страховика.

Страхові посередники здійснюють аквізиційну роботу, тобто роботу із залучення нових договорів добровільного страхування. Аквізиція (від лат. *osquiso* – купую, досягаю) – укладання нових договорів страхування або діяльність, пов'язана з розробкою і залученням переважно нових для страховика страхових продуктів. Страхові посередники (в основному страхові агенти і брокери) становлять зовнішню аквізиційну службу страхової компанії і виконують безпосереднє страхове обслуговування клієнтів [2. с. 164-165].

Страховий посередник є важливою фігурою сучасного страхового ринку. Практично всі договори прямого страхування по більш-менш великих об'єктах

надходять у страхові компанії за участю посередників-брокерів; практично всі страхові і перестраховальні компанії в Україні і світі розміщують і реалізують свої перестраховальні програми через перестраховальних брокерів. При цьому, світовий досвід показує, що страхові відносини більш розвинені в тих країнах, де страхова посередницька діяльність одержала найбільший розвиток. З другої половини ХХ ст., діяльність страхових посередників перестала обмежуватися кордонами однієї країни і стала міжнародною. Все це викликає необхідність вивчення інституту страхового посередництва у світі та адаптації його до українських умов.

Головним завданням страхових агентів і брокерів є просування страхових продуктів в інтересах клієнта. Але крім цього, посередники виконують важливі функції як на мікро-, так і макроекономічному рівні, значно впливаючи на формування загальної страхової культури суспільства, довіри до інституту страхування в цілому і до конкретного страховика зокрема. Швидкість і якість обслуговування страхувальників через виплати страхового забезпечення і відшкодування сприяють, з одного боку, росту авторитету страховика, а, отже, додатковому припливу нових клієнтів, а з іншого, забезпечує ефекти фінансового захисту як на мікро-, так і на макро- рівнях. Таким чином, страхові посередники є діючими учасниками фінансово-економічних відносин страховика і страхувальника на всіх етапах їх економічних взаємин – від продажу страхового поліса до виконання договору страхування.

Одне з основних призначень страхового посередника – допомога у виборі страхового продукту, найбільш підходящому клієнтові. При цьому страховий продукт характеризується двома факторами: кількісним (страховим тарифом) і якісним (умовами страхування). Співвідношення цих двох факторів з метою визначення найкращого страхового продукту для клієнта ускладнюється наявністю широкої пропозиції страхових продуктів у страхового посередника. Страхові посередники працюють з коштами клієнтів: вони приймають страхові внески і перераховують їх страховим компаніям. Страхові посередники відіграють важливу роль у просуванні страхових послуг страхової компанії до споживача, а так само в консультативному супроводі споживача страхових послуг на етапі укладання, виконання, модифікації і припинення договору страхування.

У наукових працях під страховими посередниками розуміють, як правило, страхових агентів і страхових брокерів, при цьому автори не звертають пильну увагу на наявність організацій, у яких страхове посередництво не є основним видом діяльності. Представляється цікавим класифікувати страхових посередників і виділити основні типові операції, властивим всім організаціям, які надають послуги зі страхування, з метою побудови моделей типових операцій страхових посередників [2, 3]. Класифікація страхових посередників по характеру основного виду діяльності і характеру взаємин зі страхувальником і страховиком. Отже, можна виділити дві основні категорії страхових посередників:

1. Спеціалізовані страхові посередники, у яких операції по страхуванню є основним або одним з основних видів діяльності.

2. Підприємства, які при обслуговуванні клієнтів по своїх основних видах діяльності, не пов'язаних прямо зі страхуванням, можуть запропонувати страхування як додаткову, супутню послугу при реалізації товарів і послуг.

Страхові посередники, віднесені до першої категорії, підрозділяються на наступні типи:

1. Страхові агенти – фізичні особи. Виконують посередницькі функції в дрібних угодах, як правило, що ставляться до роздрібних видів страхування, іноді виступають посередниками в більших, чим роздрібних, угодах. Як правило, вони працюють з невеликою кількістю принципалів (іноді тільки з одним), а також рідко можуть запропонувати деякий ряд додаткових послуг. Це обумовлене меншим потенціалом страхового агента – фізичної особи в порівнянні з розвиненою інфраструктурою агента або брокера - організації.

2. Страхові посередники – юридичні особи, що спеціалізуються на роздрібному страхуванні – тобто, у яких переважають дрібні і одиничні угоди, переважно з фізичними особами. Як правило, такі посередники виступають юридично як страховий агент – тобто по договорах з принципалами вони є представником декількох страховиків і одержують винагороду від страховиків.

3. Страхові посередники – юридичні особи, що спеціалізуються в першу чергу на корпоративному страхуванні і великих ризиках. Нерідко такі організації обслуговують не тільки операції по прямому страхуванню, але також є посередниками в галузі перестраховання. Звичайно такий тип посередників виступає як страховий брокер, тобто є представником страхувальника і одержує винагороду за свої послуги від страхувальника.

4. Страхові посередники, віднесені до четвертого типу першої категорії, по своїй суті схожі з посередниками, віднесеними до третього типу першої категорії. Тобто це ті ж самі посередники, які працюють в галузі корпоративного страхування. З урахуванням того, що для посередників, створених з метою обслуговування інтересів холдингу, характерний єдиний для холдингу інформаційний простір, імовірно навіть, єдина інформаційна система. Справа в тому, що інформація про ті об'єкти страхування, які страхуються такими посередниками, уже міститься в інформаційній базі компаній, що входять у холдинг, тому інформаційна система для таких страхових посередників повинна бути інтегрована в загальну інформаційну систему холдингу, тому що це дозволить мінімізувати витрати часу на інформаційний обмін.

До другої категорії віднесені підприємства різних сфер діяльності, при реалізації товарів і послуг яких виникає необхідність надання послуг зі страхування.

На страховому ринку України можуть діяти страхові агенти та страхові брокери. В Україні страхові брокери приносять незначну частку платежу, а більшість операцій припадає на мережу власних представництв, корпоративні продажі, продажі через банки. Український страховий ринок перенасичений

страховими компаніями, у той час як кількість страхових посередників є незначною. Насамперед це пояснюється тим, що фактично не врегульована на законодавчому рівні діяльність страхових агентів і дуже обмежена роль страхових брокерів. Залучення нового клієнта обходилося компанії в п'ять разів дорожче ніж утримання реального. Водночас, страхові компанії втрачали близько 30 % своїх клієнтів у момент прийняття ними рішень щодо пролонгації страхового договору, зазвичай через незадоволеність обслуговуванням. Отже, зниження кількості випадків відмови клієнтів від компанії – це можливість підвищити прибуток на 25-85%. Вміння страхового посередника встановлювати та підтримувати стосунки з клієнтом стає важливим чинником у реалізації страхових полісів, оскільки клієнти зацікавлені не лише у повноцінних страхових послугах, а й у сучасному рівні обслуговування. Через це страховий посередник, який підтримує з клієнтами партнерські стосунки, нагороджується повторними продажами, отриманням комісійної винагороди та відмінними рекомендаціями, а страхова компанія – підвищенням фінансової стійкості, надійності і рівнем довіри постійних клієнтів та партнерів. За даними Федерації страхових посередників України, у 1 півріччі 2015 р. посередниками було укладено 1232 договори посередницьких послуг у страхуванні та/або перестраховуванні, на загальну суму 722 517,3 тис. грн., що, з нашої точки зору, свідчить про важливість даних учасників страхового ринку [3].

Отже, з подальшим розвитком і поглибленням відносин на страховому ринку України в контексті європейської інтеграції, зростатиме роль страхових посередників. Це, на нашу думку, принесе лише користь як страхувальникам, так і страховикам, оскільки забезпечить поліпшення якості страхових продуктів. Професійна компетентність страхових посередників є визначальним елементом захисту страхувальників, і тому повинна існувати система заходів щодо отримання страховими посередниками загальних, комерційних та професійних навичок і знань.

#### **Список використаних джерел:**

1. Баранова О. Особливості роботи страхових посередників в Україні / О. Баранова // Ринок цін. паперів України. — 2011. — № 11/12. — С. 71-76.
2. Роль страхових посередників у забезпеченні зростання довіри клієнтів до діяльності страховиків // Серія "Економічні науки". // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. — Чернігів, 2014. — Серія "Економічні науки". — С. 163-172.
3. Сайт Федерації страхових посередників України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://fspu.com.ua/statystyka\\_vidomosti\\_pro\\_poserednyku\\_dijalnist#](http://fspu.com.ua/statystyka_vidomosti_pro_poserednyku_dijalnist#)

**Секція 7.**

**СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ЗА  
УМОВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ КОНКУРЕНТНОГО  
СЕРЕДОВИЩА**

**О.Є. Кузьмін**, д.е.н., професор,  
**Х.В. Дрималовська**, аспірант,  
**Х.П. Стельмах**, аспірант,  
НУ «Львівська політехніка»

**ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНО-  
ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ  
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ**

Сьогодні розвиток сучасної економіки відбувається в трансформаційних умовах конкурентного середовища. Тобто, спостерігається інтенсивне посилення глобалізаційних, інтернаціоналізаційних, транснаціоналізаційних процесів. В результаті цього кожне підприємство незалежно від галузевої спрямованості прагне досягнути відповідного рівня конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках на основі інноваційно-інвестиційного розвитку. Однією із найбільш ефективних стратегій забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств є диверсифікація.

Основними передумовами здійснення диверсифікації на підприємствах є падіння основного виробництва, зміна потреб ринку, жорстка система оподаткування, розвиток науково-технічного, інноваційного прогресу тощо. Мотиви здійснення диверсифікації діяльності підприємства об'єднують в п'ять груп: техніко-технологічні, економічні, фінансові, соціальні, стратегічні. До основних цілей диверсифікації можна віднести такі: забезпечення соціальних цілей, розвитку підприємства, формування конкурентних переваг організації, збільшення рентабельності, обсягів продажу, зменшення витрат, залежності від постачальників, ризиків, пов'язаних із підприємницькою діяльністю, урізноманітнення номенклатури, асортименту продукції, видів послуг [1, с.6].

В стратегічному ракурсі диверсифікація передбачає реалізування аналітичних, організаційних, контролюючих заходів з метою формування відповідних напрямів діяльності підприємств [2, с.6]. За допомогою диверсифікації підприємства відкривають для себе нові ринки, а для того, щоб набувати конкурентних переваг на вже освоєних ринках можуть застосовувати нові технології [3].

Можна навести приклад реалізування стратегії диверсифікації на підприємстві ТзОВ «Компанія ВЕЕМ-Металавтопром», яке спеціалізується на виробництві автобусних комплектувань (сидінь) з використання імпортованих складових. Керівництво ТзОВ «Компанія ВЕЕМ-Металавтопром» прийняло

рішення щодо реалізування проекту інвестиційного розвитку «А102 «Карпати»». Суть проекту полягає у виробництві головних комплектувань для нової моделі автобуса, розробленого підприємством «Стрий-Авто», яке займається виробництвом автобусів малого класу на шасі «Mercedes-Benz». Для вирішення поставленого завдання суб'єктом господарювання ТзОВ «Компанія ВЕЕМ-Металавтопром» було закуплено вагому частку обладнання для виготовлення основної продукції, а також для реалізації стратегії інвестиційного розвитку (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка показників інвестування та вартості основних засобів  
ТзОВ «Компанія ВЕЕМ – Металавтопром»**

Показники	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік
Загальна вартість основних засобів у фактичних цінах, млн. грн.	0,702	0,9	0,518	0,596	0,718
Вартість конструктивних основних засобів, млн. грн.	0,702	0,75	0,462	0,248	0,321
Вартість допоміжних основних засобів, млн. грн.	-	0,15	0,56	0,348	0,397
Зовнішні інвестиції, млн. грн.	-	-	-	-	-
Внутрішні інвестиції, млн. грн.	0,40	0,43	0,35	0,3	0,4
Інвестиції у проект автобус «А102 «Карпати», млн. грн.	-	-	0,45	0,35	0,15

*Джерело:* сформовано авторами на основі звітності підприємства

Таким чином, ТзОВ «Компанія ВЕЕМ-Металавтопром» має можливість започаткувати виробництво нових видів продукції на основі використання придбаного високоточного обладнання та якісного імпортного комплектування.

Отже, стратегія диверсифікації зумовлює активізацію інноваційного та інвестиційного розвитку суб'єктів господарської діяльності. Тобто, диверсифікація на підприємствах супроводжується можливістю започаткувати виробництво нових видів продукції, впроваджувати інноваційні технології, удосконалювати використання основних засобів.

**Список використаних джерел:**

1. Попова С.М. Диверсифікація діяльності підприємств в умовах трансформаційної економіки: автореф.дис. / С.М. Попова // Харк. Нац. Екон. Ун-т. - Х., 2004. - с.20.
2. Степаненко Н.І. Диверсифікація діяльності підприємств аграрного сервісу: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Н.І. Степаненко; Житомир. нац. агрокол. ун-т. — Житомир, 2008. — 20 с.
3. Верховская, О. Р. Стратегический менеджмент [Текст] : учеб. пособие / О. Р. Верховская, О. П. Савичев. - СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2009 (СПб.). - 128 с.

**А.В. Бохан**, к.е.н., доцент,  
Київський національний торговельно-економічний університети

## **ЕКОЛОГІЧНА ЛЕГІТИМАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В ІНВЕСТИЦІЙНІЙ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

За умов глобалізації та визнання інвестиційних пріоритетів у розвитку світових ринків, змінюється атрибутика успішності міжнародного бізнесу. Відбувається принципове оновлення бізнес-культури в соціально-екологічному контексті. Актуальність питань екологічної легітимаци є значимою з огляду зміцнення конкурентних переваг, ресурсного забезпечення, набуття ринкової влади та визнання законності права компанії бути лідером екопротекторства у діловому світі в розумінні прогресу й безпеки [1].

Механізм формування екологічної легітимаци базується на таких принципах ведення міжнародного бізнесу як: «паритетність бізнесу» → від блага акціонерів до блага ключових партнерів; «економічний та соціальний вплив бізнесу» → прогрес, інноваційність і конструктивність ринкової взаємодії; «етика бізнесу» → професіоналізм, виконання зобов'язань учасниками бізнес-проектів; «повага до правових норм бізнесу» → від закону до духу довіри й партнерства; «турбота про навколишнє середовище» → екологічна відповідальність і ринкова солідарність бізнесу; «відмова від протизаконних дій» → легалізація і прозорість бізнес-діяльності, уникнення ринкової «тінізації» з використанням політики «подвійних стандартів»; «відповідальне інвестування» → практика інвестування бізнесу, яка враховує екологічні та соціальні фактори, здійснення корпоративного управління «ESG – environmental, social, governance».

Доцільно зазначити, що суб'єкти міжнародного бізнесу все більше звертають увагу на політику «відповідального інвестування» [2]. Поява нових вимог на ринку змушує компанії приділяти увагу ESG-факторам при формуванні стратегій розвитку, бізнес-концептів і управлінні ризиками.

Проведені дослідження інвестиційних банків, наприклад «J.P. Morgan Chase & Co.», свідчать про те, що більшість клієнтів очікують від них розвитку «відповідальних» практик – диверсифікації портфелів цінних паперів шляхом придбання фінансових інструментів компаній, які демонструють прихильність принципам стійкого розвитку.

Інституційні інвестори та керуючі активами все частіше вибирають ті компанії, чия діяльність сприяє розвитку суспільства та орієнтовна на impact investing. «Інвестиції впливу» поділяються на різні категорії: захист прав стекхолдерів; підтримка малого і середнього бізнесу; розвиток освіти, науки, медицини, новітні технології тощо. У світі функціонує багато інвестиційних фондів, які спеціалізуються на конкретних бізнес-напрямах з одночасною орієнтацією на фінансові, соціальні та екологічні цілі (наприклад, «Agora Microfinance», «Acumen Fund»). Спеціалізовані інвестиційні фонди створюються і спонсоруються також великими фінансовими інститутами або компаніями (наприклад, фонд «EnergyAid» компанії «IBM», який сприяє розвитку

інфраструктури відновлювальних джерел енергії в країнах, що розвиваються). До участі залучаються і некомерційні фонди, донорами яких є приватні інвестори (наприклад, «Rockefeller Foundation»).

Показовим у цьому аспекті є ініціативи міжнародних організацій, які утверджують принципи «UN Principles of Responsible Investments /UN PRI» та «Equator Principles», що базуються на стандартах МФК і Всесвітнього банку.

Крім того, такі організації як «Eurosif» і «Global Impact Investing Network» (GIIN), створюють платформи для обміну знаннями між різними учасниками фінансового ринку, що дозволяє консолідувати зусилля для підвищення їх ефективності та розвитку ринкової інфраструктури загалом. GIIN розробляє власні рейтинги фондів і компаній (GIINS), що відображають їх соціальну та екологічну спрямованість. Цими рейтингами послуговуються банки («J.P. Morgan & Co.»), міжнародні фінансові інститути («Inter-American Development Bank») та інші категорії інвесторів.

На фоні зростання популярності «зелених інвестицій» у різних країнах створюються екологічні біржі. Так, у Китаї з 2010 р. вже функціонує три екологічні біржі, що є площадками для торгівлі екологічними фінансовими інструментами [3]. Послуги екологічних бірж включають: торгівлю акціями компаній, майновими правами та правами на інтелектуальну власність в галузі екології та енергетики; оформлення угод за проектами у рамках торгівлі сертифікатами на зменшення викидів CO<sub>2</sub>. Під впливом зацікавлених учасників ринку змінюються і вимоги лістингу на фондових біржах світу щодо розкриття інформації про стійкий розвиток (Лондонська фондова біржа, регіональні біржі Франції, Данії, Швеції, Південної Африки) [4].

Розвиток ринку «відповідального інвестування» актуалізує для міжнародного бізнесу та інвесторів необхідність пошуку механізмів бенчмаркетингу результативності компаній у сфері ESG шляхом екологічної легітимації. Компанія «Sustainable Asset Management» (SAM), яка спеціалізується виключно на інвестиціях в стійкий розвиток, створила визнану на світовому рівні методологію для порівняльного аналізу показників компаній в сфері соціального та екологічної відповідальності. Методологія SAM використовується при складанні групи індексів стійкого розвитку (Dow Jones Sustainability Indexes – DJSI), що включає міжнародні та регіональні індекси, а також індекс крупних компаній «Blue chip».

У відповідності до методології SAM оцінка діяльності компаній в сфері міжнародного бізнесу й стійкого розвитку базується на трьох критеріях (соціальному, екологічному, економічному), що можуть бути застосовані практично до будь-якої галузі діяльності: 1) економічні (корпоративне управління, корпоративна етика, комплаєнс, управління ризиками, кризисне управління, взаємодія з клієнтами, стратегії у сфері інновацій); 2) екологічні (система управління стійким розвитком, результативність екологічної діяльності, стратегії щодо протидії змінам клімату, контроль якості, біорізноманіття); 3) соціальні (розвиток людського капіталу, залучення та мотивування



співробітників, охорона праці та промислова безпека, відносини зі стейкхолдерами, нефінансова звітність).

У межах визначених загальних компонентів для кожної галузі визначені також додаткові фактори та їх відносна значимість (наприклад, релевантність і матеріальність для довгострокового зростання та розвитку бізнесу).

SAM щороку проводить опитування 2500 компаній – відкритих акціонерних товариств з 50 галузей, здійснює моніторинг публічної інформації. Крім того SAM організовує різні запити до стейкхолдерів компаній, некомерційних організацій, галузевих асоціацій і державних органів (Media and Stakeholder Analysis – MSA). Моніторинг доступної інформації про діяльність компаній в сфері екологізації міжнародного бізнесу, соціальної відповідальності та корпоративного управління здійснюється спільно з організацією «RepRisk» – провідним провайдером інформації про дотримання компаніями принципів Глобального договору ООН.

У зв'язку з вище зазначеним, можна констатувати про світове визнання й належну оцінку зусиль міжнародного бізнесу в розв'язанні економічних і соціально-екологічних проблем людства. Адже екологічна легітимація покликана підтвердити законність комерційного права і бізнес-повноважень у збільшенні ініціатив добровільного впровадження нових стандартів корпоративної культури, ділової етики, комерційної дипломатії й безпеки з метою зміцнення ринкової інтеграції країн, бізнесу та суспільства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бохан А.В. Бізнес та міжнародна політика екологічної безпеки /А.В. Бохан //Економічний простір. – 2014. – № 82. – С.14-23.
2. Орлова Н.С. Відповідальне інвестування в умовах сталого розвитку глобальної економіки / Н. С. Орлова, А. А. Харламова // Економічний часопис - XXI. – 2014. – № 3-4. – С. 4-7.
3. Бережна Г.В. Особливості міжнародного бізнесу в Китаї: перспективи для українських компаній / Г.В. Бережна //Держава та регіони. – 2011. – №2. – С. 16-20.
4. В фокусе корпоративное управление и устойчивое развитие. Ответственное инвестирование / КPMG //Вестник. – 2013. – №3 (январь). – С. 6.

**Т.В. Нагачевська**, к.е.н., доцент,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

### **ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ**

Стрімкі процеси глобалізації в сфері інформаційно-комунікаційних технологій створюють ряд переваг, і одночасно викликів для розвитку вітчизняних телекомунікацій. Світові тренди розвитку сфери

телекомунікаційних послуг пред'являють високі вимоги до рівня якості, технологічності, асортименту, вимагають постійних інновацій та трансформації бізнесу, що потребує масштабного інвестиційного забезпечення.

Сектор телекомунікаційних послуг відноситься до високотехнологічних галузей та відіграє велику роль в розвитку національної економіки, її інфраструктурного забезпечення. Його розвиток створює кращі умови не тільки для національного підприємництва, а й сприятливий клімат для залучення іноземних інвестицій в інші галузі української економіки, оскільки рівень розвитку інфраструктури є необхідною умовою ефективного та оперативного ведення бізнесу. Для підприємств ТК сектору України в умовах вузькості та дороговизни національного ринку інвестиційних ресурсів актуальним є залучення іноземних інвестицій, які необхідні для технологічного розвитку, підвищення якості послуг та розширення їх спектру. Актуальним в цьому контексті є проблема вдосконалення механізмів залучення іноземних інвестицій в ТК сектор України, оцінка його інвестиційної привабливості та розробка напрямків її підвищення.

Потенційний іноземний інвестор оцінює інвестиційну привабливість окремих галузей економіки за такими критеріями:

- загальний рівень розвитку галузі;
- виробничий та науково-технічний потенціал;
- динаміка та потенціал ринкового зростання;
- рівень розвитку інфраструктурного забезпечення;
- рівень монополізації;
- ступінь державного впливу;
- рівень прибутковості інвестицій у довгостроковому періоді;
- кваліфікація фахівців галузі тощо.

Одним із критеріїв оцінки рівня розвитку телекомунікаційного сектору в країні є показник рівня проникнення за різними видами телекомунікаційних послуг. Низький його рівень означає, з одного боку, низький рівень розвитку галузі в країні, з іншого – засвідчує потенціал зростання в контексті наближення до рівня світових та середньоєвропейських показників. Низький рівень показників проникнення має місце в секторі ТК багатьох країн, що розвиваються та країн з транзитивною економікою, що засвідчує потенціал ринково-економічного зростання та в поєднанні із високими тарифами на послуги приваблює іноземних інвесторів. Ці обставини створюють значний рівень конкуренції між країнами за міжнародні інвестиційні ресурси як в середині цих груп країн, так і між ними. Найбільш привабливим в цьому контексті для іноземних інвесторів є сегмент послуг доступу до мережі Інтернет.

Факторами інвестиційної привабливості ТК сектору в країнах з вищим рівнем проникнення є потенціал зростання ринку за рахунок впровадження нових послуг, розширення асортименту послуг, впровадження нових технологій, трансформації та диверсифікації бізнесу, інтеграції ТК послуг.

Сектор телекомунікацій України, як об'єкт іноземного інвестування, зберігає позитивну динаміку, проте залишається актуальною проблема його інвестиційного забезпечення. Станом на 01.07.2015р. обсяг прямих іноземних інвестицій в галузь інформації та телекомунікацій склав 2 517,4 млн. дол. США, в т.ч. 1 760,5 млн. дол. США – вкладення в акціонерний капітал (70%) та 756,9 млн. дол. США – боргові інструменти (30%). Обсяг ПІІ в цю галузь складає 4,9% від загального обсягу ПІІ в Україну [1].

Відбулися інтенсивні процеси входження провідних світових іноземних інвесторів у вітчизняний телекомунікаційний сектор, які привнесли не тільки кошти, а й технології та управлінський досвід. Разом з тим, потреба українських телекомунікацій в залученні міжнародних інвестиційних ресурсів залишається значною.

Фактори та цілі, що зумовлюють потребу сектору телекомунікацій України в іноземних інвестиціях: 1) досягнення середньосвітових та європейських рівнів розвитку; 2) вдосконалення та розширення мережевої інфраструктури; 3) впровадження нових технологій; 4) впровадження нових послуг; 5) досягнення високих стандартів якості послуг; 6) переоснащення морально та фізично застарілого устаткування; 7) вирівнювання рівня розвитку ТК мереж в різних регіонах; 8) оптимізація взаємодії з мережами закордонних операторів; 9) здешевлення послуг ТК для споживачів.

Основними проблемами розвитку ТК мереж в Україні є: 1) не повне забезпечення споживачів широкосмуговими ТК послугами; 2) нерівномірність забезпечення ТК послугами (особливо у сільській, гірській місцевості і депресивних регіонах); 3) необхідність технологічної модернізації ТК мереж місцевого зв'язку.

Інвестиційний клімат в галузі з різних причин ще не відповідає вимогам інвесторів. Переважно ці перепони мають об'єктивний характер: окремі ліцензійні обмеження; значні інвестиційні витрати для входження на ринок; наявність висококонкурентних ринків; державне регулювання тарифів на окремі види послуг та на послуги операторів із істотною часткою на ринку; нерегульованість питань щодо взаємодії операторів; відсутність пільг.

Разом з тим, аналіз дозволяє виділити фактори інвестиційної привабливості українських ТК для іноземних інвесторів: ємність ринку та можливості економії на масштабах; вигідне геополітичне розташування України; наявність значного незадоволеного попиту та потенціал зростання активності існуючих споживачів; наявність базової інфраструктури; потенціал прибутковості за рахунок інтеграції, розширення спектру послуг та впровадження нових; високий та середній рівень рентабельності в ряді сегментів; успішна капіталізація провідних операторів зв'язку України; НКРЗ України проводить ліберальну ліцензійну політику та регулятивні реформи.

В сфері телекомунікаційних послуг України є сегменти, що мають перспективи високих випереджальних темпів зростання. Інвесторів привертають такі малорозвинені сектори вітчизняного ТК ринку, як послуги

доступу до мережі Інтернет, цифрове телебачення, нові стандарти зв'язку, такі як 4G, супутниковий зв'язок, які потребують залучення іноземних інвестицій.

Телекомунікаційним компаніям з метою залучення іноземних інвестицій необхідно сформувавши інвестиційну стратегію, що базується на розвитку найбільш конкурентоспроможних і перспективних послуг, а також виявити і запровадити інновації, що необхідні для підвищення ефективності надання послуг, що підвищить їх міжнародну інвестиційну привабливість.

Важливу роль в формуванні інвестиційної привабливості сектору телекомунікацій відіграє національна державна політика, яка може стимулювати розвиток ринку, його окремих сегментів, вживати регулятивні заходи в напрямку стимулювання розширення асортименту послуг та зниження цін. Понад 146 урядів країн світу прийняли або планують прийняти національну політику, стратегію або план щодо сприяння розвитку широкопasmового зв'язку [3]. Багато країн світу включили широкопasmовий доступ до мережі Інтернет в свої концепції універсального доступу. Державні структури мають сприяти залученню іноземних інвесторів в програми розвитку мережі Інтернет загальнонаціонального масштабу з метою усунення регіональних диспропорцій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності України. Статистичний бюлетень. Державна служба статистики України // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2014 рік // [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/5369/r165\\_dod\\_2015-03-24.pdf](http://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/5369/r165_dod_2015-03-24.pdf)
3. Measuring the Information Society. MIS Report 2013 // [Електронний ресурс] — [https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2014/MIS2014\\_without\\_Annex\\_4.pdf](https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2014/MIS2014_without_Annex_4.pdf)

**В.М. Радько**, к.е.н., доцент,  
Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНУ»

### **МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА СВІТОВОМУ РИНКУ**

Сьогодні успішне управління конкурентоспроможністю, а також забезпечення ефективного функціонування гірничо-збагачувального комбінату (ГЗК) на світовому ринку залізорудної продукції неможливе без впровадження нових методик, а також використання фундаментальних управлінських концепцій. Важливим завданням управління конкурентоспроможністю ГЗК Кривбасу є забезпечення трансформації досягнутих динамічних конкурентних

переваг у стійкі, тобто перехід до стратегічного рівня конкурентоспроможності. Для цього нами запропоновано дотримуватись таких принципів:

– Орієнтація на кінцевий результат – забезпечення стійких конкурентних переваг на ринку. Діяльність ГЗК повинна бути спрямована на задоволення інтересів усіх зацікавлених сторін: споживачів, постачальників, персоналу, акціонерів, суспільства, розділяючи з ними вигоду від досягнутих результатів.

– Зосередження на споживачах – вони є кінцевими арбітрами якості продукції підприємства. Для ГЗК основою реалізації цього принципу є виробництво високоякісної залізорудної продукції, що відповідає світовим стандартам.

– Лідерство і підтримка стійкого росту – закріплення отриманих результатів та перетворення динамічних конкурентних переваг у драйвери зростання на світовому ринку залізорудної продукції. Завдання лідерів компанії полягає у забезпеченні єдності і чіткості цілей, створенні середовища для стійкого росту підприємства. Керівництво ГЗК повинно розвивати корпоративну культуру, систематично роз'яснювати та поширювати політику і стратегію, управляти ресурсами та спрямовувати зусилля компанії по шляху її подальшого вдосконалення.

– Управління процесами – компанія діє ефективніше, коли всі пов'язані види діяльності розглядаються як процеси, якими регулярно управляють. Тому вітчизняним гірничо-збагачувальним підприємствам необхідно значну увагу приділити впровадженню процесного менеджменту, опису бізнес-процесів, розробці системи кількісних показників, які характеризують всі аспекти діяльності підприємства, та впровадженню системи планування, відстеження і удосконалення цих показників. Ключовим завданням управління процесами для забезпечення стійких конкурентних переваги і переходу до стратегічного рівня управління є впровадження інноваційних технологій переробки залізорудної сировини.

– Розвиток і залучення персоналу – використання внутрішніх джерел формування організаційних компетенцій на основі широкого залучення висококваліфікованих працівників у процеси розробок, підтримка новаторських і раціоналізаторських пропозицій. Повністю потенціал людей розкривається через загальний набір цінностей, створення культури довіри й надання персоналу повноважень. Працівники повинні розглядатись не як пасивні виконавці розпоряджень та інструкцій, а як творча сила, що активно впливає на роботу ГЗК. Компанія повинна розділяти зі своїми працівниками відповідальність за результати діяльності, за якість продукції та економічний стан. Надання працівникам широких повноважень на практиці повинна підкріплюватись розгалуженою системою їх навчання та інформування. Вона не обмежується питаннями безпосереднього виконання посадових обов'язків, а включає також питання, що необхідні для розвитку комбінату на ринку залізорудної сировини в цілому. Система стимулювання персоналу, як

морального так і матеріального, спрямована активну участь персоналу у процесах удосконалення, інноваційного розвитку тощо.

– Постійне вивчення передового досвіду, нововведення і поліпшення – є основою для того, щоб забезпечувати міцні позиції ГЗК для стійкого розвитку на світовому ринку залізорудної продукції в умовах динамічного середовища. Для цього керівництво повинно заохочувати розвиток нововведень, систему збору та опрацювання раціоналізаторських пропозицій тощо. Так, враховуючи специфіку галузі та виробничі умови ГЗК, об'єктом систематичного аналізу є пошук шляхів зниження технологічних втрат електроенергії, покращення якості залізорудної продукції та розширення її асортименту, використання ресурсозберігаючих технологій. Удосконалення аналізують із точки зору їхнього впливу на задоволення потреб всіх зацікавлених сторін. Впровадження удосконалень підтримує система навчання й інформування персоналу.

– Розвиток партнерства – підприємство діє найбільш ефективно, коли воно встановлює взаємовигідні зв'язки з партнерами, засновані на довірі, обміні знаннями і доцільній виробничій інтеграції. Подібні партнерські відносини встановлюються з постачальниками, освітніми і науковими установами, громадськими організаціями й органами державної влади. Реалізація такої політики розвитку відносин із зовнішнім середовищем відповідає світовим стандартам і в сучасних умовах глобальної конкуренції може забезпечити пошук нових ринків збуту залізорудної сировини.

– Соціальна відповідальність – підвищення рівня екологічності видобутку і переробки сировини і впровадження високих стандартів охорони праці на гірничо-збагачувальних комбінатах. Керівництво ГЗК та колектив персоналу приймають етичний підхід у розвитку виробництва. Важливими складовими стратегії вітчизняних ГЗК повинні стати питання, пов'язані із захистом навколишнього середовища, ресурсозбереженням, доброзичливістю, участю в житті суспільства. Європейські цінності розвитку бізнесу, імплементація яких у практику господарювання є необхідною для виходу на зовнішній ринок ЗРС передбачає, що компанія стає відкритою для суспільства, інформує його про свою діяльність, про ключові інновації і нововведення.

В якості основного інструмента для послідовного, цілеспрямованого і системного забезпечення конкурентоспроможності ГЗК на світовому ринку вважаємо за доцільне використати Європейську модель ділової досконалості (EFQM). Вона є описом «оптимального» підприємства, що відповідає стандартам європейських промислових компаній.

Модель EFQM ґрунтується на припущенні про те, що високі результати по відношенню до споживачів, партнерів, інвесторів і суспільства досягаються за допомогою лідерської політики і стратегії, які здійснюються за допомогою партнерств, ресурсів і процесів (рис. 1).

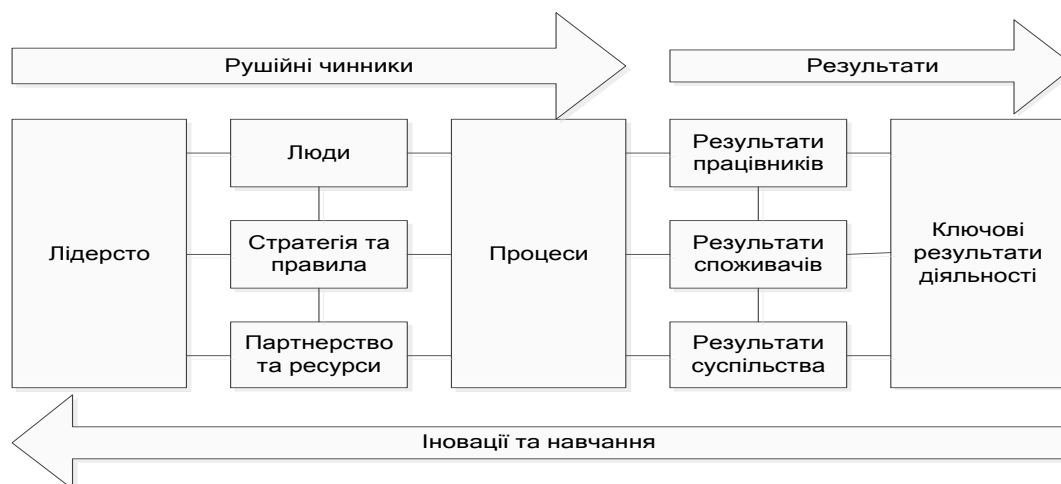


Рис.1. Схема концепції оцінки EFQM

Відповідно до принципів моделі EFQM, основним параметром забезпечення конкурентоспроможності підприємства у довгостроковій перспективі є якість. Вона трактується як якість роботи підприємства в цілому, охоплює управління всіма аспектами діяльності. Використання цих принципів дозволяє значно зменшити кількість виробничих витрат по всім напрямкам роботи підприємства, що сприяє стабільності фінансових показників і дозволяє реалізувати проактивний тип розвитку.

Враховуючи невідворотність процесів інтеграції вітчизняних підприємств у європейський ринок, вважаємо за доцільне використовувати у практиці функціонування національних ГЗК основні принципи моделі EFQM. Так, у швидких і мінливих умовах зовнішнього середовища управління вітчизняними ГЗК повинно бути гнучким і забезпечувати швидке реагування на зміни вимог і очікувань всіх зацікавлених сторін. Для цього на підприємствах необхідно забезпечити збір інформації про існуючих та майбутніх зацікавлених сторін і використовувати її для встановлення, впровадження та перегляду політики, стратегії, цілей, завдань, показників і планів на коротко-, середньо- та довгострокову перспективу.

Для забезпечення трансформації оперативної та тактичної конкурентоспроможності гірничозбагачувальних підприємств у стратегічну нами запропонований механізм, що спирається на положення теорії ресурсних переваг і наведений на рис. 2.



**Рис.2. Механізм трансформації оперативної і тактичної конкурентоспроможності ГЗК у стратегічну**

Таким чином, процес переходу до стратегічного рівня конкурентоспроможності спирається на результати стратегічного аналізу перспективних комбінацій ресурсів, здатностей і компетенцій, що дозволяє реалізувати проактивний тип розвитку підприємства.

**І.Я. Софіщенко**, к.е.н., доцент,  
 Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## **ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ ТА ЄС ЯК ФАКТОР ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У ГЛОБАЛЬНІ МЕРЕЖІ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ**

Формування глобальних мереж доданої вартості (Global Value Chain) є однією із ознак якісних зрушень у системі міжнародної економіки. Фахівці зазначають, що механізм формування ефектів участі у міжнародних економічних відносинах трансформувалася із використання порівняльних переваг до виконання «завдань» у ланцюгах доданої вартості [1,2]. Виклики, які постають перед країнами за таких трансформацій, потребують адекватної відповіді через систему сприяння інтеграції вітчизняних виробників у глобальні мережі виробництва.



Процеси інтеграції національної економіки та українських виробників у систему міжнародної економіки демонструє різну динаміку та особливості на різних етапах її розвитку. Проте, навіть за умов соціально-економічної нестабільності останніх років, незважаючи на підвищення ризиків інвестиційної діяльності, українська економіка демонструє можливості приєднання до зазначених трендів. Низка галузей української економіки, зокрема автомобілебудівна, електротехнічна, галузь ІТ, демонструють свою привабливість для розбудови глобальних виробничих мереж [3,4,5]. Характерно, що цей процес має специфічні просторові характеристики – іноземний капітал інвестується переважно у Західних регіонах країни. Тому необхідним є створення системи сприяння та забезпечення більших масштабів та динаміки цих процесів.

Серед чинників сприяння інтеграції до глобальних виробничих мереж, потенціал яких недооцінений в Україні, можна назвати транскордонне співробітництво. Досвід, який нагромаджений зарубіжними країнами, зокрема мексиканськими «макіладорас», свідчить про значний потенціал прикордонних територій в країнах, які лібералізують взаємну торгівлю та мають доступ до сусіднього ємного та потужного ринку [6]. Свого часу «макіладорас» стали своєрідним каталізатором структурних зрушень в економіці країни в наслідок не тільки посилення інвестиційної активності країн НАФТА, але й припливу капіталу з третіх країн.

Процес поглиблення інтеграційної співпраці за умов отримання Україною статусу асоційованого члена ЄС та реалізації положень Угоди про асоціацію передбачає інтенсифікацію транскордонної (trans-border) співпраці. Одна із її організаційних форм єврореґіони продемонстрували низку позитивних ефектів: оптимізація економічної структури, раціональне використання трудових ресурсів, активізація інвестиційної діяльності. Географічні чинники розміщення виробництва у безпосередній близькості до потужного європейського ринку повинні бути враховані не в останню чергу.

Використання потенціалу транскордонної співпраці в Україні для створення сприятливого інвестиційного середовища та розвитку виробничих мереж передбачає розвиток відповідних організаційних та економічних механізмів. Одним із провідних чинників формування інтеграційних ефектів є збалансована система фінансування єврореґіонів, як складова інвестиційного процесу. Фінансове забезпечення транскордонного співробітництва необхідно розглядати як процес, який поєднує формування ресурсної бази та механізми використання мобілізованих ресурсів з метою отримання соціально-економічного ефекту. Це сукупність методів та форм фінансування, фінансових важелів впливу на учасників єврореґіонів, джерел надходження коштів для забезпечення життєдіяльності економічного простору. За умов відповідного спрямування така система може забезпечити підвищення інвестиційного потенціалу території та посилення її інвестиційної привабливості для вітчизняних та іноземних учасників.

Обсяги, механізми та інструментальне забезпечення фінансування зумовлене мотивами та інтересами учасників інвестиційного процесу. З точки зору специфіки фінансування серед джерел формування фінансових ресурсів фінансування спільних проектів в єврорегіонах доцільно виокремити офіційні та приватні. Офіційними є кошти державних бюджетів та місцевих бюджетів для фінансування міжнародних проектів. До них також можна зарахувати фінансування, яке надається Європейським Союзом в рамках виконання програм прикордонного співробітництва ЄІСП. Приватні кошти надходять від суб'єктів господарювання, які є учасниками спільних проектів, неурядових організацій.

Узагальнюючи практику транскордонного співробітництва та проблеми створення привабливого інвестиційного середовища для інтеграції вітчизняних виробників у глобальні виробничі мережі необхідно зазначити наступне.

1) В Україні є певний досвід державної фінансової підтримки транскордонного співробітництва. Фінансування за рахунок державного бюджету в Україні передбачено відповідно до Закону „Про транскордонне співробітництво” №1861-IV від 24.06.2004 р. Реалізуються Державні програми розвитку транскордонного співробітництва. Протягом 2011-2013 рр. реалізовувалися інфраструктурні проекти транскордонного співробітництва з участю ЄС вартістю 55, 3 млн. євро, з них грантова частина для України – 40, 4 млн. євро. Розмір фінансової участі країни у реалізації зазначених проектів передбачена у сумі 48,3 млн. грн. Показники державної участі у фінансуванні свідчать про недооцінку потенціалу транскордонного співробітництва щодо вирішення завдань цих програм.

2) Суттєва проблема фінансового забезпечення транскордонного співробітництва – невідповідність фінансової бази місцевої влади її функціям в цій сфері. Необхідно зважати на низку внутрішніх та зовнішніх чинників, які загострюють цю проблему. Серед внутрішніх – нестабільність фінансового стану адміністративно-територіальних одиниць; обмеження фінансових ресурсів місцевими податками та зборами; незбалансованість фінансового забезпечення та повноважень, функцій, компетенцій місцевих органів. Зовнішні чинники пов'язані із станом системи вертикального та горизонтального вирівнювання в бюджетному процесі. З погляду розвитку інвестиційного потенціалу, хронічний дефіцит місцевих бюджетів не тільки унеможливує повноцінну фінансову участь місцевих громад у фінансуванні спільних проектів із партнерами з транскордонного співробітництва, але й знижує можливості для формування інвестиційної привабливості територій. На відміну від європейських країн, для України характерна незначна частка власних доходів, а значить низький рівень фінансової незалежності органів місцевого самоврядування.

Такі реалії формують суттєві бар'єри для реалізації потенціалу прикордонного співробітництва через те, що знижують умотивованість місцевих органів самоврядування у розвитку транскордонної співпраці та формування привабливого інвестиційного середовища.

Незадовільний стан фінансового забезпечення транскордонного співробітництва свідчить про нагальну необхідність прискорення реформи місцевого самоврядування в Україні як умови підвищення інвестиційної активності.

3) На сучасному етапі реформи державного управління запропоновано «Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» (далі Концепція) [7]. Враховуючи потенціал транскордонного співробітництва, необхідно доповнити документ розробкою правових та економічних засад участі місцевого рівня державного управління у міжнародному співробітництві та його фінансовому забезпеченні, що дозволить проектувати політику щодо іноземних інвестицій на місцевому рівні та сприяти розвитку міжнародного виробництва. Законом України "Про місцеве самоврядування в Україні" легітимізується фінансова незалежність місцевого самоврядування, тому доцільно ініціювати відповідні зміни до Закону «Про транскордонне співробітництво». Концепцією передбачено запровадження механізмів подолання стану фінансової залежності через розширення повноважень місцевих органів влади щодо запровадження додаткових податків та зборів, встановлення їх ставок, формування спецфондів за рахунок акумуляції окремих видів податків на цільового їх використання. Розширення фіскальної ініціативи місцевих органів влади може вивести на якісно новий рівень систему фінансового забезпечення транскордонного співробітництва. При чому важливими є такі аспекти: диверсифікація джерел фінансових ресурсів проектів транскордонного співробітництва; вирішення проблеми інвестиційної привабливості території через формування системи фіскальних важелів впливу на інвесторів та учасників спільних проектів; подолання несумісності фінансових, фіскальних та адміністративних просторів, як бар'єра для активізації транскордонного співробітництва.

Детальної проробки потребують питання можливостей надання пільг іноземним інвесторам, повноважень місцевих органів самоврядування щодо використання облігаційних позик для фінансування міжнародних проектів, заснування спеціальних фондів.

Реформа децентралізації повинна створити передумови для реалізації потенціалу міжнародного державно-приватного партнерства, різноманітні організаційні форми якого широко використовуються в світі для розбудови економічної інфраструктури, як необхідної умови міжнародної інтеграції у виробничі мережі.

4) Підписання Угоди про асоціацію України та ЄС та статус асоційованого члена відкриває для України перспективи використання фінансових інструментів регіональної політики ЄС, складовою якої є транскордонне співробітництво. Фінансування проектів в межах транскордонного співробітництва можливе в за рахунок коштів, які ЄС виділяє відповідно до Угоди про фінансування «Програми підтримки регіональної політики України», Інвестиційного інструменту сусідства (Neighborhood Investment Facility) на 2014-2020 рр. В рамках ІІС у вересні 2014 року для країн-

учасниць ініціативи «Східне партнерство», що уклали з ЄС Угоди про асоціацію ЄК схвалила новий Інструмент реалізації ПВ ЗВТ (DCFTA Facility), спрямований на покращення умов фінансування МСП у процесі інтеграції до спільного ринку ЄС. Передбачається надання МСП інвестиційних грантів, відшкодування частини кредиту або його ставки, страхування валютних ризиків банків, часткове покриття ризиків кредитування [8].

Таким чином, для вирішення проблеми сприяння інтеграції українських підприємств у глобальні виробничі мережі необхідна розбудова комплексної системи джерел та механізмів фінансування транскордонного співробітництва на основі зростання фінансової самостійності регіонів та використання потенціалу інтеграційної співпраці з ЄС.

#### **Список використаних джерел:**

1. Маштабей В. Еволюція світової торгівлі та її виклики щодо України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://uaforeignaffairs.com/ua/blog/usi-blogi/view/article/evoljucija-svitovoji-torgivli-ta-jiji-vikliki-shchodo-ukrajini/>
2. Перспективи виходу України на ринки висхідних країн. Аналітична доповідь. – Київ: Заповіт, 2015. – 116с.
3. Японська компанія Fujikura збудує у львові завод з виробництва автомобільної електропроводки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://lcci.com.ua/yaponska-kompaniya-fujikura-zbuduye-u-lvovi-zavod-z-vyrobnyctva-avtomobilnoji-elektroprovodky/>
4. Ericsson покупає українське відділення ІТ-компанії Ericpol [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://economics.lb.ua/business/2015/10/15/318514\\_ericsson\\_pokupaet\\_ukrainskoe.html](http://economics.lb.ua/business/2015/10/15/318514_ericsson_pokupaet_ukrainskoe.html)
5. Завдяки німецьким інвестиціям в Україні можуть збудувати потужний завод – Абромавичус [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://tsn.ua/groshi/zavdyaki-nimeckim-investiciyam-v-ukrayini-mozhut-zbuduvati-potuzhniy-zavod-abromavichus-522302.html>  
Більше читайте тут: <http://tsn.ua/groshi/zavdyaki-nimeckim-investiciyam-v-ukrayini-mozhut-zbuduvati-potuzhniy-zavod-abromavichus-522302.html>
6. Боровков А. Н. "Макиладорас" до и после создания NAFTA // Латинская Америка. – № 6, Июнь. – 2013. – С. 81-94.
7. Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>
8. Допомога ЄС Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/ukraine-eu/eu-policy/assistance>

**Р.А. Алієв**, аспірант,  
ДВНЗ «Придніпровська Державна Академія Будівництва та Архітектури»

## **ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ БУДІВЕЛЬНИМИ ПОСЛУГАМИ**

Неухильний ріст значення послуг, тенденція прискорення розвитку міжнародної торгівлі послугами, тісний зв'язок її з міжнародними інвестиціями, трансфером технологій і переміщенням фізичних осіб через національні кордони визивають теоретичний та практичний інтерес до вивчення даної сфери. Це в повній мірі відноситься і к торгівлі будівельними послугами. Більш того будівельні послуги заслуговують певну увагу будівельні послуги заслуговують певну увагу основою для розвитку всіх інших галузей національної економіки, а також для забезпечення певного рівня життя громадян та рішення інших соціально-економічних проблем.

Вживана світовою організацією торгівлі (СОТ) класифікація секторів сфери послуг виділяє сектор будівельних і пов'язаних з ним послуг, до складу яких включаються: загально будівельні роботи у будівництві споруд, загально будівельні роботи в цивільному будівництві, монтажні і складальні роботи, обробні роботи і інші. Тому не випадково, що в міжнародній практиці з розвитком системи національних рахунків і статистики платіжних балансів зовнішня торгівля продукцією капітального будівництва стала враховуватися по особливій статті "будівельні послуги" (широке поширення це отримало з початку 90-х років ХХ століття). Так, згідно методики статистичного обліку міжнародної торгівлі послугами, яка розроблена Відділом статистики Економічної і соціальної ради ООН (ЕКО- СОС) в співпраці з Європейською комісією, ОЭСР, МВФ, ЮНКТАД і СОТ, "стаття "будівельні послуги" включає роботу по спорудженню будівельних об'єктів і монтажу устаткування, яка виконується працівниками підприємства за межами території, на якій це підприємство знаходиться" [6, стор. 48]. Будівельні послуги охоплюють усі товари і послуги, що являються поставною частиною контрактів на будівництво, включаючи підготовку будівельного майданчику, будівництво будівель, цивільні інженерні послуги, монтаж і складання техніки, а також інші будівельні послуги, такі як оренда обладнання з оператором для споруди або зносу будівель або роботи по зовнішній обробці будівель. Сюди також включаються ремонтні роботи, пов'язані з будівництвом. Тим самим в зарубіжній літературі фактично проводиться знак рівності між торгівлею об'єктами капітального будівництва і торгівлею будівельними послугами, т.е. у складі будівельних послуг враховується вартість будівельних матеріалів, розрізненого і комплектного устаткування, використаного при будівництві об'єкту.

Таким чином будівельні послуги охоплюють всі товари та послуги, що є складовою частиною контрактів на будівництво, включаючи підготовку будівельного площадки, будівництво будівель, цивільні інженерні послуги,

монтаж і збірку техніки, а також інші будівельні послуги, такі як оренда обладнання з оператором для спорудження або знесення будівель або роботи по зовнішній обробці будівель. Сюди також включаються ремонтні роботи, пов'язані з будівництвом. Специфіка будівельних послуг, насамперед, втілюється в тісному зв'язку цього виду послуг з матеріальним втіленням результату, яка навіть зумовило появу особливої правової форми яка опосередковує поставку будівельних послуг – договору виконання робіт або договору підряду. У теорії і практиці зарубіжних країн і міжнародних організацій використовуються обидва терміни. Так, наприклад, термін «роботи» зустрічається в документах ЄЕК ООН, ОЕСР, ЄС та ін., Термін «послуги» - в документах СОТ та ін. Тим часом, роботи і послуги є настільки близькими поняттями навіть за правовою природою, а їх економічний зміст як видів економічної діяльності і як об'єктів торгівлі практично ідентичний, що дозволяє зробити висновок про доцільність поєднання цих понять для цілей аналізу розвитку торгівлі будівельними послугами.

Розглядаючи будівельну послугу як об'єкт торгівлі слід розрізняти послугу як таку і об'єкт нерухомості – майно, що є цілком матеріальним об'єктом торгівлі і реалізовується на ринку вже у рамках правової форми договору купівлі-продажу. При цьому ці два об'єкти торгівлі: послуга і об'єкт нерухомості, існують в різні періоди часу. Дійсно, об'єкт нерухомості виникає тоді, коли закінчена та діяльність, яка є будівельною послугою. Іншими словами, будівельна послуга як така споживається до виникнення об'єкту нерухомості, в процесі надання послуги, що саме і відрізняє процес виробництва послуги як такої від процесу виробництва товару у будь-якій речовій формі.

Якщо проаналізувати практику світової торгівлі послугами, то можна виділити наступні відмітні риси й тенденції в розвитку міжнародного імпорту та експорту будівельних послуг:

- Базою для сучасного імпорту та експорту будівельних послуг є проектно-орієнтована інтернаціоналізація економіки. У міжнародній торгівлі найбільш поширена поставка послуг, пов'язаних з реалізацією великих проектів у сфері енергетики, транспорту, а також з інфраструктурними об'єктами та міським будівництвом.

- Сучасному будівництву притаманна складна організаційна структура, Характерно наявністю додаткових ланок, у вигляді кооперації, субпідрядних відносин і тісним зв'язком з трансфертом технологій та іншої інтелектуальної власності.

- Ринок будівельних послуг тісно пов'язаний з міжнародними інвестиціями, а також з переміщенням фізичних осіб та результатів інтелектуальної діяльності через національні кордони.

- Світовий ринок будівельних послуг відрізняється відсутністю явно вираженого ринкового домінування – ринок характеризується високим ступенем конкуренції та гнучкості. Більше того, спостерігається значне

загострення конкуренції на ринку будівельних послуг у зв'язку із зростанням вимог до якості, екологічної безпеки та ефективності.

Відмітимо, що вартість будівельних послуг включає усі товари і послуги, використані в якості споживаного ресурсу в процесі надання будівельних послуг, а також інші виробничі витрати і операційний прибуток, що отримується власниками будівельного підприємства. Це дозволяє при аналізі динаміки міжнародної торгівлі будівельними послугами користуватися двома не залежними одне від одного джерелами статистичної інформації: 1) статистика мікрорівня – дані про зарубіжні продажі і приплив замовлень будівельно-підрядних компаній, збирані галузевими асоціаціями (наприклад, "European International Contractors" – "EIC") або редакціями галузевих періодичних видання (Engineering News – Record) на базі опитувань самих підрядних фірм; 2) статистика макрорівня – дані про експорт і імпорт будівельних послуг на базі національний платіжний балансу.

Підводячи підсумок слід зазначити, що будівельні послуги є особливим товаром міжнародної торгівлі, який об'єднує в собі досить різноманітні компоненти – як матеріально-речові (будівельні матеріали, конструкції, монтоване устаткування), так і нематеріальні (архітектурні рішення, технології виробництва). Причому великий вплив на показники міжнародної торгівлі будівельними послугами робить тривалість виробничого процесу, у разі великих об'єктів вимірювана, як правило, роками. Це викликає відвернення капіталу з обороту на тривалий час ("омертвляння"). Зважаючи на високу капіталоемність будівництва, слід мати на увазі, що тривалість обігу капіталу у будівництві у декілька разів більше, ніж в промисловості, і в десятки разів більше, ніж в торгівлі. Все вище викладене актуалізує питання дослідження механізмів аналізу статистичних даних і оцінки результативності функціонування міжнародного ринку будівельних послуг.

**Список використаних джерел:**

1. Журавльов Ю. В. Оцінка стану світової торгівлі послугами на сучасному етапі розвитку економіки / Ю. В. Журавльов // Проблеми і перспективи розвитку співробітництва між країнами Пд.-сх. Європи в рамках чорноморського економічного співробітництва і ГУАМ. – 2011- С.273-277
2. Міжнародна економіка та міжнародні відносини // Л. Зевін, Б. Хайфець. 2006. №12.С. 12-23
3. Мельник А. «Міжнародна торгівля послугами і створення глобального ринку послуг А Мельник // Вісник Тернопільської акад. нар. госп-ва № 8-1. – стор. 94-102.
4. Новосельский В. Перспективи розвитку економіки в умовах глобалізації та науко-технічного прогресу // Економіст. N 10
5. Пальчук О. Значення та роль світової торгівлі послугами в сучасній економіці / О. Пальчук // Дослідження міжнародної економіки: зб.наук.праць – 2011 – стор. 72-78
6. Керівництво за статистикою міжнародної торгівлі послугами. ООН, Департамент з економічних та соціальних питань, Статистичний відділ.

Статистичні документи, серія № 86. Женева, Люксембург, Нью-Йорк, Париж, Вашингтон, 2004 р., 211 стор.

7. Хасбулатов Р.І. Всесвітня економіка. - М.: Економіка. 2001. стор. 107, 121.

**К.Ю. Єгізарова**, здобувач,  
Інститут економіки промисловості НАН України

## **АУТСОРСИНГ ЯК ЗАСІБ УКРІПЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

На сучасному етапі розвитку національної та міжнародної економіки відбуваються процеси, які суттєво погіршують стан вітчизняних підприємств. Невизначеність глобального та національного економічного середовища призводить до зростання ризиків діяльності та втрат конкурентних переваг. Все це зумовлює пошук шляхів використання сучасних підходів в організації діяльності з метою укріплення ринкового становища підприємств та підвищення їхньої конкурентоспроможності. Одним зі шляхів оптимізації діяльності сучасних підприємств є аутсорсинг, суть якого полягає в передачі окремих виробничих функцій або бізнес-процесів іншому підприємству-виконавцю (аутсорсеру).

Ряд вітчизняних та зарубіжних учених вивчають теоретичні та практичні аспекти використання аутсорсингу в діяльності сучасних підприємств. До таких авторів належать Андрюшкевич О.А., Анікін Б.А., Денісова І.М., Загородній А.Г., Зозульов О., Календжян С.О., Кізим А.А., Леденьова І.Ю., Нікіфорова Є.Л., Партін Г.О., Родіонова Н.П., Спарроу Э., Стрікленд Дж., Фалович В.А., Хейвуд Дж. та інші.

Світовий досвід розвитку аутсорсингу включає три основних етапи. Перший етап – це невідкладний аутсорсинг, при якому виконавцю передаються допоміжні функції, а відносини між замовником та аутсорсером складаються як між покупцем та продавцем. На другому етапі розвитку досвіду світового аутсорсингу відбувається розширення послуг та впровадження нових технологій. Цей аутсорсинг отримав назву стратегічного, при ньому учасники переходять до партнерських відносин. Третій етап розвитку аутсорсингу в світі пов'язаний із трансформаційним аутсорсингом, при якому розвиваються інноваційні процеси та послуги аутсорсера направлені на те, щоб у замовника зростали обсяги та результати діяльності, покращувався конкурентний стан.

Ряд учених аналізують переваги, які досягаються за допомогою аутсорсинга. На підставі опитувань керівників підприємств були отримані наступні результати:

- Використання передових технологій – 27%.
- Вивільнення коштів – 31%.
- Відсутність власних активів – 35%.



- Концентрація зусиль на основних напрямках діяльності – 40%.
- Зниження витрат – 48% [1-4].

Крім указаних переваг використання аутсорсингу пов'язано з деякими ризиками, основними з яких є: можливість втрати контролю над окремими процесами, порушення комерційної таємниці, небажання менеджменту підприємства впроваджувати аутсорсинг, скорочення персоналу та інші.

Рішення про використання аутсорсингу слід приймати з урахуванням рекомендацій західних спеціалістів [5-6]. Доцільним впровадження аутсорсингу є тоді, коли аутсорсер виконує функції більш дешево та якісно; функції, що передаються, не є конкуренто важливими та здібні укріпити конкурентний стан підприємства; скорочуються ризики, пов'язані зі зміною технологій; підвищується оперативність, гнучкість управлінської діяльності; компанія концентрує діяльність на основному бізнесі. Якщо вказані умови не дотримуються, то впровадження аутсорсингу слід відкласти.

Слід зазначити, що в сучасних умовах на відміну від короткострокових контрактів приходять довгострокові партнерські відносини учасників аутсорсингу.

Незважаючи на великий обсяг досліджень, присвячених аутсорсингу та притаманні йому переваги, практичне використання його у вітчизняній економіці є недостатнім. Однак, саме аутсорсинг є «базовим трендом розвитку світової економіці» [7]. Завдяки аутсорсингу підприємства мають можливість кардинально змінити підходи до управління, вивільнити додаткові кошти, сконцентрувати зусилля на здійсненні виробничої та маркетингової діяльності, підвищити рівень конкурентоспроможності, що є важливим в умовах невизначеності економічного середовища.

#### **Список використаних джерел:**

1. Никифорова Е.В. Анализ рынка аутсорсинговых услуг внешнеэкономической деятельности / Е.В.Никифорова, И.Ю.Леденева // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: экономика и управление. - 2010. - №2. - С.71-74.
2. Аникин Б.А. Производит или покупать: «за» и «против» аутсорсинга / Б.А.Аникин. // [Електронний ресурс] [www.elitarium.ru/2010/10/06/proizvodit\\_pokupat\\_outsorsing.html](http://www.elitarium.ru/2010/10/06/proizvodit_pokupat_outsorsing.html)
3. Загородній А.Г. Аутсорсинг та його вплив на витрати підприємства / А.Г.Загородній, Г.О.Партін // Фінанси України. – 2009. - №9. – С.87-97.
4. Календжян С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний / С.О.Календжян. – Академия народного хозяйства при Правительстве РФ. – М.:Дело, 2003. – 270 с.
5. А.Дж.Стрикленд III (A. J. Strickland III) Аутсорсинг: преимущества и недостатки / А.Дж.Стрикленд III // [Електронний ресурс] [www.elitarium.ru](http://www.elitarium.ru)
6. Хейвуд Дж.Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ / Дж.Б.Хейвуд.Пер. с англ. – М.:Издательский дом «Вильямс», 2004. – 176 с.

7. Андрюшкевич О.А., Денисова И.М. Особенности аутсорсинга в России. – Анализ и моделирование экономических процессов. Сборник статей. Выпуск 8. – ЦЭМИ РАН, 2011. – С. 7-28.

**В.О. Заколюдажний**, аспірант,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## **СУЧАСНІ СКОРІНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ В СТРАХОВОМУ БІЗНЕСІ**

На сучасному етапі ринкових перетворень в Україні і в світі розвиток економіки в цілому, а також страхування зокрема неможливий без використання інноваційних інструментів та технологій. Особлива увага серед таких підходів приділяється інструментам які допомагають здійснити адекватну оцінку ризиків що передаються на фінансування в страхуванні.

Світова практика фінансового ризик-менеджменту характеризується розмаїттям підходів щодо оцінки фінансових ризиків фізичної особи. Серед таких підходів найбільшої популярності набули скорингові розрахунки. Найбільш відома сфера застосування скорингових розрахунків, щодо оцінки ризиків фізичної особи, банківська справа в цілому і система кредитних відносин зокрема.

Застосування скорингових розрахунків в страхуванні на сучасному етапі можна вважати інноваційним інструментом щодо оцінки ризику.

В страховій компанії застосування автоматизаційних процесів спостерігається практично на кожному рівні. Одним із таких інноваційних рішень можна назвати застосування скорингових розрахунків. Страхові агенти приймають рішення, чи варто страхувати клієнта, а також будують для нього страховий тариф, ґрунтуючись на ймовірності настання страхових випадків, наприклад, аварій та пожеж (якщо говорити про автомобільне страхування або страхування нерухомості). Вирішальними факторами прийняття рішень є: історія порушень, досвід водіння, рік придбання і стан транспортного засобу тощо.

Також ризики прогнозують за допомогою страхових рейтингів, які базуються на кредитній інформації. Проведені дослідження показали, що кредитна історія є незаперечним і точним індикатором ризику того, що з даною особою може трапитись страховий випадок. Для багатьох страхувальників скорингові системи дозволяють платити менші страхові премії. Але для початку потрібно розібрати, що таке скоринг.

Класичний скоринг – це експертна математична модель бального оцінювання кредитоспроможності позичальників.

До початку 1990-х скоринг-системи були практично безальтернативним інструментом, який базувався на складному статистичному аналізі й досвіді кредитних експертів. Але за останнє 10-річчя класичний скоринг активно

доповнюється інтелектуальними технологіями Data Mining. Причин для цього декілька.

Для подібних слабо визначених задач статистичні методи значно поступаються інтелектуальним.

Ефективні скорингові системи (наприклад,  $\beta$ -скоринг Дюрана) дорогі, і при цьому вимагають постійного оновлення (що теж не є безкоштовним).

Скорингові системи суб'єктивні і не універсальні. Ці системи дають лише загально-статистичний параметр ймовірності повернення кредиту. Під індивідуального клієнта і конкретні умови цей параметр принципово не може бути застосований.

Показники (бали) скоринг-системи – це застигли числа, що спричиняє її абсолютну немобільність. З часом система “старіє” і кількість неповернень кредитів починає різко зростати. Відповідно може настати момент, коли збанкрутує сам кредитор. Єдина суттєва перевага традиційної скоринг-системи – її простота. З її допомогою видавати кредити може навіть малодосвідчений клерк (правда, сумнівно, що цією перевагою широко користуються вітчизняні банки).

Ідея побудови скоринг-системи доволі проста: на основі історичних даних створюється “портрет” позичальника, де кожному фактору (вік, посада, місце проживання, зарплата, житло і т. д.) присвоюється певний бал. По сумі балів робиться висновок, видавати кредит, чи ні.

Але для потужних західних кредиторів (банки, кредитні спілки, страхові компанії) розроблені значно складніші адаптивні скорингові системи (наприклад, скорингові карти на основі Байєсівської теорії оцінки). Вартість такої карти сягає \$50000, термін дії - 1,5...2 роки. І це лише по одному виду кредитування.

У страхуванні скоринг застосовується як аналітичний інструмент для оцінки можливої майбутньої збитковості власника страхового поліса КАСКО на підставі даних з його кредитної історії.

При використанні скорингових сервісів автоматично обробка даних з різних інформаційних система дає змогу швидко отримати та оперативно скоротити ризики перестраховування або спотворення інформації за короткий час в режимі реального часу. Автоматизування процесу страхування, що використовує скорингові системи, та не допускає некоректне використання даних.

Ключові функції автоматизації, які може виконувати скоринговий сервіс:

- виявлення шахрайства;
- прийняття рішень про страхування або відмову у страхуванні;
- аналіз страхових ризиків;
- визначення оптимально страхового тарифу без втручання страхового агента;
- визначення умов страхового покриття за ризиками;
- ефективна організація крос-продажів.

Застосування скорингових моделей дає можливість страховим компаніям скоротити витрати на покриття шахрайських операцій до 10 відсотків, а так само підвищити якість прийняття рішень про видачу поліса до 70 відсотків. У світовій практиці зарубіжні страхові компанії вже давно використовують скорингові системи з метою автоматизації процесу оцінки, а також з метою зниження ризиків шахрайства.

Одним з найголовніших пріоритетів скоринга є те, що скорингові системи виключають механічні та технічні помилки при розрахунку параметрів договору та при оцінці, обробці даних клієнта. Застосування скорингових систем в страховому бізнесі дозволяє мінімізувати кількість помилок і спотворення даних при затвердженні страхових договорів, а також дає змогу знизити ризики шахрайства як на етапі укладання договору, так і на етапі врегулювання збитків.

Скорингові системи досить часто використовуються для прогнозування настання страхових випадків.

Провідні страхові компанії світу, такі як AXA, Grange Insurance, Liberty Seguros, та ін., вже давно використовують скорингові системи. Використання скорингових сервісів в страховому бізнесі дозволить мінімізувати кількість помилок і спотворення даних на всіх етапах дії страхового договору.

Використання скорингу в страхуванні підвищить якість прийняття рішень з оформлення страхового поліса, а також буде сприяти підвищенню і подальшому розвитку страхової компанії шляхом автоматизації робочих процесів, скорочення витрат на покриття шахрайських операцій та підвищення якості прийняття рішень щодо видачу полісів потенційно збитковим клієнтам.

#### **Список використаних джерел:**

1. Scorto // Рішення Scorto <sup>TM</sup> для страхових компаній // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.scorto.ru/business\\_solutions\\_insurance.htm](http://www.scorto.ru/business_solutions_insurance.htm)
2. А. Ю. Викулин // Скоринг в автострахуванні: їдемо в майбутнє // Вакулін А. Ю. НБКИ // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.banki.ru/news/columnists/?id=8317075> 22.09.2015
3. Є. Мотрос // Що таке скоринг? У чому його особливості при отриманні іпотечного кредиту? // Мотрос Є. UniCredit Bank // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.prostobank.ua/zhile\\_v\\_kredit/sovety/chto\\_takoe\\_skoring\\_v\\_chem\\_ego\\_osobennosti\\_pri\\_poluchenii\\_ipotechnogo\\_kredita](http://www.prostobank.ua/zhile_v_kredit/sovety/chto_takoe_skoring_v_chem_ego_osobennosti_pri_poluchenii_ipotechnogo_kredita)
4. ОКБ // СКОРИНГ ДЛЯ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.scorto.ru/business\\_solutions\\_insurance.htm](http://www.scorto.ru/business_solutions_insurance.htm)

**С.М. Дігтяренко**, магістр,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## **ЗМІСТ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СТРАХОВИКА ТА ЇЇ СКЛАДОВІ**

В сучасних умовах стан фінансового сектору характеризується нестабільністю, вплив загроз внутрішнього та зовнішнього характеру часто призводить до неплатоспроможності або банкрутства, тож керівникам та менеджерам страхових компаній доводиться приймати управлінські рішення в умовах невизначеності. Страховий ринок характеризується стрімкими темпами зростання конкурентної боротьби між страховиками. Саме тому фінансова безпека страхової компанії пов'язана зі спроможністю страховика уникати та протидіяти негативним проявам зовнішніх і внутрішніх ризиків їх діяльності.

Окремі аспекти сутності фінансової безпеки страхових компаній та її складових розглядаються у дослідженнях таких науковців, як О.В. Ареф'єва, В.Д. Базилевич, О.І. Барановський, З.С. Варналій, О.О. Гаманкова, А.М. Єрмошенко, С.М. Ілляшенко, С.С. Осадець, Ю.В. Панков, та інших.

Фінансова безпека страхової компанії – це здатність страховика забезпечувати стійкість фінансово-економічного розвитку; забезпечувати стійкість платіжно-розрахункових відносин (зобов'язань) й основних фінансово-економічних параметрів; нейтралізувати вплив зовнішніх кризових ситуацій і навмисних дій агресивних акторів (держави, компаній, груп), тіньових структур на фінансову стійкість страхової компанії; попереджувати витік капіталів за межі впливу (з-під контролю) страховиків, попереджувати конфлікти між власниками різних рівнів з приводу розподілу та використання ресурсів страхової компанії; найбільш оптимально залучати та використовувати засоби іноземних та вітчизняних партнерів; попереджати зловживання та адміністративні порушення у фінансових правовідносинах [5].

Загалом страховий ринок тоді знаходиться у фінансово безпечному стані, коли фінансові інтереси страхових компаній у певній мірі узгоджені з інтересами інших суб'єктів – страхувальників, кредиторів, конкурентів, держави, позичальників, інвесторів та ін., що сприяє мінімізації зовнішнього впливу загроз на загальний рівень фінансової безпеки ринку страхових послуг [6].

До зовнішніх загроз відносяться дії, явища або процеси, що не залежать від діяльності страхової компанії. Так, для сучасного етапу розвитку світової економіки актуальними стають валютні та боргові кризи, обвали на фондових ринках розвинених країн світу, що спричиняють зниження платоспроможності та банкрутства фінансових установ в цілому та страхових компаній зокрема. Також досить значний вплив на рівень фінансової безпеки страховика має відтік капіталу за кордон, недосконалість законодавчої бази, недосконала грошово-кредитна політика НБУ та погіршення інвестиційного клімату України [3].

Що стосується внутрішніх загроз фінансовій безпеці, то у більшості випадків вони на страховому ринку виникають внаслідок неефективного фінансового менеджменту в межах страхових компаній, зокрема, неврівноваженої тарифної політики і незбалансованого розміщення страхових резервів за напрямками і термінами. Так, допущення помилок при розрахунку тарифної ставки може призвести до втрати конкурентних переваг компанії на ринку внаслідок необґрунтованого завищення (заниження) розміру страхової премії.

Важливим завданням страхових компаній в рамках забезпечення фінансової безпеки є формування збалансованих страхових портфельів та необхідність залишатися фінансово стійкими навіть при настанні значних за розмірами збитків. Проблемою вітчизняного страхового ринку є те, що більшість страхових компаній відшкодовує витрати за рахунок нових страхових премій, не приділяючи значну увагу взятим зобов'язанням страхових резервів [4].

На певну увагу при дослідженні фінансової безпеки страхового ринку заслуговує питання ефективного розміщення коштів страховиків, представлених у формі страхових резервів. Страхові компанії повинні сформувані інвестиційний портфель таким чином, щоб вчасно і в повному обсязі виконувати взяті раніше зобов'язання перед власниками страхових полісів, внаслідок чого наглядові органи могли б чітко регламентувати напрями розміщення активів і частку, яку має займати кожен вид активу в загальному інвестиційному портфельі страхової компанії [4].

Однак вітчизняні страхові компанії не демонструють значну зацікавленість в ефективному розміщенні страхових резервів. В основному вони тяжіють до консервативного управління інвестиційним портфелем, що можна пояснити низьким рівнем збитковості операцій, які страхуються, незначними обсягами фінансових ресурсів, які акумулюють страховики в процесі діяльності, а також нерозвиненістю ринку страхування життя, для якого характерно залучення коштів страхувальників на довгостроковий період [4].

Серед заходів забезпечення фінансової безпеки страховими компаніями від внутрішніх загроз використовуються:

- забезпечення власної інформаційної безпеки (захист інформаційних баз даних, розподіл прав доступу до інформації, програмне забезпечення захисту від помилок);
- налагодження чіткої схеми дій страхових підрозділів і головних спеціалістів та контроль за їх дотриманням;
- поглиблення фінансового аналізу клієнтів до укладення договору страхування та попередження шахрайств за допомогою новітніх технологій (використання інформації анти-рейтингів, публікацій про фінансові махінації тощо);
- створення, ведення та використання «чорних списків» недобросовісних клієнтів;

- проведення роботи у напрямку підвищення страхової культури населення;
- розробка загальної стратегії діяльності страхової організації та встановлення пріоритетів фінансового менеджменту, направлених на досягнення безпечного рівня її діяльності;
- постійне прогнозування ймовірних загроз діяльності страхової компанії;
- забезпечення збалансованості страхового портфеля, тарифної, інвестиційної та перестраховальної політики страховика;
- обґрунтування та реалізація найраціональніших форм, методів, способів і шляхів створення, вдосконалення й розвитку системи фінансової безпеки страхової організації;
- забезпечення безперервного контролю та управління фінансовою безпекою;
- дотримання відповідного рівня підготовки співробітників страхової компанії з дотримання ними всіх встановлених правил, спрямованих на забезпечення фінансової безпеки [6].

Тож зрозуміло, що здійснюється багато заходів щодо забезпечення фінансової безпеки страховика, але їх впровадження недостатньо, загалом аналіз фінансової безпеки страхової компанії розглядається крізь призму таких складових: власного капіталу; платоспроможності; розрахованих тарифних ставок, і, як результат, величини страхових резервів, адекватної сумам узятих страховиком на себе зобов'язань; розміщення страхових резервів (інвестиційна діяльність); збалансованості страхового портфеля; перестраховування [1, с. 479-480].

Розглянемо докладніше перестраховування як складову фінансової безпеки, яке відіграє важливу роль в діяльності страхових компаній. Розвиток конкурентного ринку страхування в нашій країні передбачає, насамперед, створення справедливої системи розподілу ризику між страховиками, що працюють на ринку. Таку систему справедливого розподілу ризику виражає механізм перестраховування.

Передавання частини ризику від одного страховика до іншого викликано необхідністю оптимізації страхового портфеля, підвищення надійності та платоспроможності страховика при веденні страхових операцій. Перестраховування надає реальні можливості для кращого задоволення економічних інтересів кожного з учасників страхового бізнесу. Адже в процесі перестраховування може забезпечуватися не лише захист портфеля страховика від надмірних виплат за окремими (катастрофічними) страховими ризиками, а й досягатися розподілення страхових виплат серед багатьох страховиків [2, с. 216].

Згідно з чинним страховим законодавством, операції з перестраховування є необхідною умовою для забезпечення платоспроможності страховиків, надійності, безпечності та диверсифікованості розміщення страхових резервів

страховика у разі, коли він приймає на себе страхові зобов'язання в обсягах, що можуть перевищувати можливості їх виконання за рахунок власних активів [2, с. 217].

Перестраховування не лише захищає страховиків, а й сприяє захисту самого страхувальника; працівників страхових компаній від втрати роботи; акціонерів компаній від зниження прибутку; держава має гарантію надходження податків від страхової діяльності тощо [2, с. 217].

За допомогою перестраховування страховик може захиститись від випадкових (спричинених непередбачуваними обставинами) відхилень розрахункової збитковості від її фактичного рівня в поточному році. Тому перестраховування є необхідною умовою забезпечення фінансової стійкості й нормальної діяльності страховика незалежно від розміру його капіталу та страхових резервів [1, с. 482].

Отже, можна зробити висновок, що фінансова безпека страховика визначається тим, наскільки ефективно страхові компанії можуть усувати наявні та потенційні загрози, які впливають на його функціонування. Фінансова безпека страховика включає в себе багато складових, серед яких перестраховування відіграє важливу роль, оскільки в Україні практично немає жодної страхової компанії, спроможної самостійно покрити страхові відшкодування від реалізації страхового ризику на великих промислових підприємствах, в авіаційному чи морському страхуванні. Саме така економічна реальність спонукає страховиків активно проводити перестраховування для забезпечення фінансової безпеки та розширення страхової діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Базилевич В.Д. Страхування: підручник / В.Д. Базилевич. – К.: Знання, 2008. – 1019 с.
2. Вовчак О.Д. Страхова справа / О.Д. Вовчак. – К.: Знання, 2011. – 391 с.
3. Концептуальні аспекти фінансової безпеки страхових компаній [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/4130>
4. Основні загрози фінансовій безпеці страхового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vkurse.ua/ua/business/osnovnye-ugrozy-finansovoy-bezopasnosti.html>
5. Региональные особенности страховой культуры и финансовая безопасность страховика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://samlib.ru/p/pankow\\_j\\_w/financeins2.shtml](http://samlib.ru/p/pankow_j_w/financeins2.shtml)
6. Фінансова безпека сучасного страхового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2931>



**М.І. Кухта**, магістр,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## **ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЇ БЛАКИТНИХ ОКЕАНІВ НА АВТОМОБІЛЬНОМУ РИНКУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА**

В умовах трансформації міжнародного конкурентного середовища все актуальніше постає питання щодо знаходження свого місця на міжнародних ринках для нових гравців та збереження або ж посилення позицій для існуючих гравців. На глобальному рівні ринкова конкуренція – це безумовно позитивне та необхідне явище. Проте, коли споживачі вже не в змозі відрізнити одного виробника від іншого, коли зникають суттєві відмінності між товарами, що пропонуються на ринку, настає момент необхідності для зміни стратегій компаній, що намагаються бути лідерами.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин, в умовах глобалізації, для виграшу в конкурентній боротьбі вже недостатньо створення доповнень до продукту чи часткових його удосконалень. Необхідні рішення іншого рівня – зміна стратегічних, докорінних, підходів до розвитку бізнесу.

Дослідники загалом виокремлюють 5 етапів розвитку стратегічного управління, від 1960-х до наших часів. Концептуально мова йде про розвиток від стратегічного планування на першому етапі до холістичного чи рефлексивного управління на 5 етапі, яке тільки починає зароджуватись. Для розвинених економік наразі найбільш актуальними є концепції четвертого етапу (рівня): це концепції так званих «блакитних океанів», стратегічних інновацій та концепція управління знаннями. Найбільш відомою, та, на мою думку, найбільш актуальною є стратегія «блакитних океанів».

Ідея «блакитних океанів» була опублікована на початку 2000-х років В. Чан Кім та Рене Моборном. Сам Чан Кім, професор стратегії та міжнародного менеджменту, визначає теорію «блакитних океанів» як новий підхід, який пояснює засоби створення нових галузей, нових можливостей для розвитку та нових ринків. Основа цієї стратегії – теорія реконструкції. На відміну від попередніх теорій, за такого підходу аналізуються альтернативні індустрії, тоді як при більш ранніх теоріях аналізується середовище і формується конкурентне позиціонування.

Фактично, згідно до цієї концепції, світ бізнесу складається з двох різних видів простору, які називаються «багряними» і «блакитними океанами». «Багряні океани» представляють всі індустрії, які існують сьогодні – відомий ринковий простір. Їхні межі є визначеними і загальноприйнятими, а конкурентні правила гри вже сформовані та добре зрозумілі. Тут компанії намагаються перевершити свого суперника, щоб захопити більшу частку попиту, який вже існує. І з тим, як простір стає все більше і більше переповненим, перспективи розвитку і отримання більших доходів істотно

зменшуються. Продукти стають предметами споживання, а зростаюча конкуренція робить з чистої (блакитної) води багрянну (криваву) воду.

«Блакитні океани» позначають всі індустрії, які не існують зараз - невідомий ринковий простір, незаплямований конкуренцією. В «блакитних океанах» попит створюється, а не відвойовується. Саме там найбільші можливості для зростання – швидкого та прибуткового. Загалом, є два основні способи створити «блакитний океан» – це нова індустрія або ж океан в межах існуючого. Тільки в небагатьох випадках компанії можуть дати початок абсолютно новій індустрії, наприклад, як зробив eBay з аукціонами через мережу Інтернет. Але в більшості випадків, «блакитний океан» створюється у межах «багряного океану», коли компанія змінює рамки існуючої галузі.

В рамках цієї стратегії значна роль відводиться аналізу минулого. Загалом, вся ця концепція виникла як аналіз минулого, коли аналізуючи дані, дослідники прослідкували певну послідовність стратегічного мислення та дій, які передували створенню нового ринку чи галузі. Компанії та галузі є неправильними одиницями аналізу. Традиційні одиниці стратегічного аналізу – компанії та галузі – мають мало значення, коли досліджується, чому і як створюються блакитні океани. Не існує послідовно ідеальної компанії; одна компанія може мати блискучий успіх в один час і помилятися в інший. Кожна компанія піднімається і падає в певні моменти свого розвитку. Аналогічно, немає вічно зразкової індустрії; відносна цікавість до неї полягає у тому, що блакитні океани створюються в її межах.

Найбільш прийнятна одиниця для аналізу створення «блакитних океанів» є стратегічний рух – низка управлінських вчинків і рішень, задіяних у створення нових ринків. Важливим фактом є те, що старі гравці часто створюють «блакитні океани» – при чому, зазвичай, в межах свого основного бізнесу.

«Блакитні океани» створюють бренди. Стратегія «блакитних океанів» є настільки сильною, що може створити бренд, який би жив десятиліттями, як показує практика.

Перейдемо до використання стратегії «блакитних океанів» в автомобільній галузі. Автомобілебудування – одна з провідних галузей машинобудування, та, загалом, одна з найбільш наукомістких галузей. Сучасні автомобільні компанії залучають значні ресурси задля технічного удосконалення автомобілів, роблячи значний вклад в науку. Це одна з тих галузей, де висока конкуренція призводить до значного виграшу суспільства від цього – темпи розвитку автомобільної галузі в розрізі технологічності та екологічності продукції надзвичайно високі.

В таблиці 1 наведено приклади стратегії блакитних океанів в автомобільній галузі.

Проаналізувавши таблицю, помітно що створення «блакитного океану» кожного разу призводило до значних змін та перебудов в галузі. Створення Ford model T, фактично, відкрило автомобілі для широкого загалу, надавши потенційним споживачам можливість придбати автомобіль. General Motors в 60-х роках зробило автомобілі ще більш доступними. Це відбулося за рахунок

широкої стандартизації та автоматизації, завдяки чому значно знизилась середні витрати та автомобілі зміг собі дозволити ледве не кожен американець.

Таблиця 1

**«Блакитні океани» автомобільної галузі**

Творець «Блакитного океану»	Новий чи існуючий на ринку гравець	Створення нових технологій чи нових цінностей	Привабливість галузі під час створення «блакитного океану»
Ford model T	Новий	Нові цінності	Неприваблива
«Авто для будь-яких гаманців та цілей», GM	Існуючий	Нові цінності	Приваблива
Японські автомобілі з системою економії витрат палива	Існуючий	Нові цінності	Неприваблива
Міні вен Chrysler	Існуючий	Нові цінності	Неприваблива
Доступні спортивні електромобілі Tesla	Новий	Нові цінності	Приваблива

*Джерело:* складено автором за [3]

На сучасному етапі розвитку можливо відмітити ще один «блакитний океан», який формується в межах існуючого «багряного» – ринок електромобілів, які ззовні мало чим відрізняються від звичайних автомобілів. В Tesla створили такий електромобіль, який не вписується в стандарти електромобілів. Це електромобіль, який викликає у споживачів емоції та бажання ним володіти, не лише через екологічність, а ще й завдяки своїм характеристикам. До появи цих автомобілів електромобіль асоціювався з повільністю та непрактичністю, в той час як Tesla вдихнула нове життя в ідею екологічного транспорту.

Підсумовуючи, слід зазначити, що стратегія «блакитних» океанів є одним з найбільш сучасних та релевантних підходів до управління бізнесом, до пошуку ринкових можливостей задля ефективного розвитку в середньо- та довгостроковому періодах.

**Список використаних джерел:**

1. Kim, W. Chan. Blue ocean strategy: how to create uncontested market space and make the competition irrelevant / W. Chan Kim, Renee Mauborgne. HBSP, 2005 – 272 с
2. The Global Competitiveness Report 2013 – 2014 – World Economic Forum - [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.weforum.org](http://www.weforum.org).
3. W. Chan Kim, R. Mauborgne. Value Innovation and Fair Process / Harvard Business Review, 2007.
4. Длігач А.О. Системно-рефлексивний маркетинг: монографія / А.О. Длігач. – К.: Алерта, 2014. – 400 с.
5. Длігач А.О. Стратегічне маркетингове управління: монографія / А.О. Длігач. – К.: Алеута, 2012. – 272 с.

*Наукове видання*

**СУЧАСНІ ВИКЛИКИ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

**Матеріали  
IV Міжнародної науково-практичної конференції  
19-20 листопада 2015 року**

*Кафедра міжнародної економіки та маркетингу  
Економічний факультет  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
м. Київ, вул. Васильківська 90-а*