

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ODESSA NATIONAL ECONOMIC UNIVERSITY

В І С Н И К
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ



SOCIO-ECONOMIC RESEARCH BULLETIN

Збірник наукових праць

Collection of scientific works

№ 2 (77) 2021

Присвячується 100-річчю

Одеського національного економічного університету

Засновано у серпні 1999 р.

The collection was founded in August 1999

Періодичність видання – 4 рази на рік

Frequency – four times a year

Одеса – 2021

Odessa – 2021

Збірник включено до категорії «Б» в Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук за галуззю «Економічні науки» згідно з Наказом Міністерства освіти і науки України № 409 від 17.03.2020 р.

Збірник рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет за рішенням вченої ради Одеського національного економічного університету (Протокол № 9 від 30.06.2021 р.).

Міжнародна індексація та реферування: ERIH PLUS – з 20.06.2018 р.; WorldCat – з 2018 р.; Ulrich's Periodicals Directory – з 18.08.2017 р.; RePEc – з грудня 2016 р., Index Copernicus International – з грудня 2014 р. (ICV 2019: 85.78); Google Scholar – з 2008 р. (h-index 22).

Засновник і видавець: Одеський національний економічний університет

Редакційна колегія:

Ковальов А.І.	головний редактор, доктор екон. наук, професор ОНЕУ (Україна)
Сментина Н.В.	заст. головного редактора, доктор екон. наук, професор ОНЕУ (Україна)
Балджи М.Д.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Божкова В.В.	доктор екон. наук, професор, Сумський державний педагогічний університет ім. А.С.Макаренка (Україна)
Grzybowska-Brzezińska Mariola	doctor of economics, professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Republic of Poland)
Kisiel Roman	doctor hab., professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Republic of Poland)
Козак Ю.Г.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Кузнецова І.О.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Легенчук С.Ф.	доктор екон. наук, професор, Житомирський державний технологічний університет (Україна)
Литовченко І.І.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Лоханова Н.О.	відп. редактор, доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Мальований М.І.	доктор екон. наук, доцент, Уманський національний університет садівництва (Україна)
Мищенко С.В.	доктор екон. наук, професор, ДВНЗ «Університет банківської справи» (Україна)
Juchniewicz Malgorzata	doctor of economics, professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Republic of Poland)
Никифороенко В.Г.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Prochazka David	PhD, Vysoká škola ekonomická v Praze (Czech Republic)
Семенов В.Ф.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Семенова В.Г.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Stelling Johannes N.	doctor of economics, professor, Hochschule Mittweida University of Applied Sciences (Germany)
Velesco Serge	doctor of economics, professor, Hochschule Mittweida University of Applied Sciences (Germany)
Якуб Є.С.	доктор фіз.-мат. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Янковий О.Г.	доктор екон. наук, професор, ОНЕУ (Україна)
Windsperger Josef	doctor of economics, associate professor, University of Vienna (Austria)
Zarotiadis Grigoris	PhD, associate professor, Aristotle University of Thessaloniki (Greece)

Редактор-коректор: Батанова Т. В.

Адреса редакції та видавця:

Україна, 65082, м. Одеса, вул. Гоголя, 18, ауд. 110, Одеський національний економічний університет, науково-редакційний відділ, тел.: (048) 777-89-16; web-сайти: <http://vsed.oneu.edu.ua>; http://journals.urau.ua/vsed_oneu; e-mail: sbornik.odeu@oneu.edu.ua.

Зареєстровано Міністерством у справах преси та інформації України.
Свідцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації.
Серія КВ № 6448 від 21 серпня 2002 року.



Збірник є виданням з відкритим доступом. Усі статті ліцензуються відповідно до Creative Commons Attribution 4.0 International License. Переглянути копію ліцензії можна за посиланням: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Несененко П. П.

- АНАЛІЗ ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ АСПЕКТІВ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ 9
КИТАЙСЬКОЇ НАРОДНОЇ РЕСПУБЛІКИ

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Паламарчук Д. М.

- МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ 25
ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ

Швед В. В.

- КИТАЙСЬКА СИСТЕМА СОЦІАЛЬНОГО КРЕДИТУ: КЛЮЧОВІ 41
ОСОБЛИВОСТІ ТА МОЖЛИВІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Збрицька Т. П., Мінін В. С.

- ПРОБЛЕМИ МОЛОДІ НА РИНКУ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ 55

Кривцова М. С., Сорока О. В.

- ЕФЕКТИВНА ЗАЙНЯТІСТЬ МОЛОДІ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА 66
ФАКТОРИ ВПЛИВУ

МЕНЕДЖМЕНТ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

Ревтюк Є. А.

- ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ЕТИЧНОЮ ПОЛІТИКОЮ 82
НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ

МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Орлик О. В.

- СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ПІДПРИЄМ- 98
СТВАМИ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Скляр Д. В.

- ВПЛИВ ГАЛУЗЕВИХ ТЕНДЕНЦІЙ НА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС- 111
ПРОЦЕСАМИ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Янковий В. О.

- ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВАЖЛИВІШИХ ЕКОНОМІЧНИХ КРИТЕРІЇВ 125
ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ КОМПАНІЇ

ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

Гордійчук Є. Г.

- ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ 143
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ У КРУЇЗНОМУ ТУРИЗМІ

Шикіна О. В.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КАТЕГОРИЗОВАНИХ ГОТЕЛІВ УКРАЇНИ 163

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Шмагельська М. О.

СВІТОВІ РЕЙТИНГИ: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВПЛИВУ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ КРАЇНИ 181

АВТОРИ СТАТЕЙ

193

The collection of scientific works «Socio-Economic Research Bulletin» was included in category «B» in the list of scientific professional editions of Ukraine, which can be published the results of dissertations for the degree of doctor and candidate in Economics sciences according to the decree of Ministry of Education and Science of Ukraine dated from 17.03.2020, No. 409.

The collection is recommended to printing and distribution to Internet by the decision of Academic Council of Odessa National Economic University (Protocol No. 9, 30.06.2021).

International indexation and referencing: ERIH PLUS – from 20.06.2018; WorldCat – from 2018; Ulrich's Periodicals Directory – from 18.08.2017; RePEc – from December 2016, Index Copernicus International – from December 2014 (ICV 2019: 85.78); Google Scholar – from 2008 (h-index 20).

Founder and publisher: Odessa National Economic University.

Editorial Board:

Kovalyov A.I.	editor-in-chief, doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Smentyna N.V.	vice-editor in chief, doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Baldji M.D.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Bozhkova V.V.	doctor of economics, professor, Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko (Ukraine)
Grzybowska-Brzezińska Mariola	doctor of economics, professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)
Kisiel Roman	doctor hab., professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)
Kozak Y.G.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Kuznetsova I.O.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Legenchuk S.F.	doctor of economics, professor, Zhytomyr State Technological University (Ukraine)
Lokhanova N.O.	executive editor, doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Lytovchenko I.L.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Maliovanyi M.I.	doctor of economics, associate professor, Uman National University of Horticulture (Ukraine)
Mishchenko S.V.	doctor of economics, professor, Banking University (Ukraine)
Juchniewicz Małgorzata	doctor of economics, professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)
Nikiforenko V.G.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Prochazka David	PhD, Vysoká škola ekonomická v Praze (Czech Republic)
Semenov V.F.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Semenova V.G.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Stelling Johannes N.	doctor of economics, professor, Hochschule Mittweida University of Applied Sciences (Germany)
Velesco Serge	doctor of economics, professor, Hochschule Mittweida University of Applied Sciences (Germany)
Yakub Ye.S.	doctor of physical and mathematical sciences, professor, ONEU (Ukraine)
Yankovyi O.G.	doctor of economics, professor, ONEU (Ukraine)
Windsperger Josef	doctor of economics, associate professor, University of Vienna (Austria)
Zarotiadis Grigoris	PhD, associate professor, Aristotle University of Thessaloniki (Greece)

Proofreader editor: *Batanova T.V.*

Contacts of Editorial and Publisher:

18, Gogolya Str., of. 110, Odessa, 65082, Ukraine, Odessa National Economic University,
Scientific and Editorial Department, tel.: + 38 (048) 777-89-16;
website: <http://vsed.oneu.edu.ua>; http://journals.urau.ua/vsed_oneu;
e-mail: sbornik.odeu@oneu.edu.ua.

Registered in Ministry of Press and Information of Ukraine.
Certificate of state registration of the print media.
Series number: KV 6448 of 21 August 2002.



The collection is an open access edition and all articles are licensed with the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>.

CONTENTS

ECONOMICS THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Nesenenko Pavlo

FUNDAMENTAL ASPECTS ANALYSIS OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA AGRICULTURAL POLICY	9
--	---

ECONOMICS AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

Palamarchuk Dmytro

ECONOMIC POLICY FORMATION MECHANISM FOR ENERGY EFFICIENCY AREA	25
--	----

Shved Vadym

CHINESE SOCIAL CREDIT SYSTEM: KEY FEATURES AND POSSIBILITY OF USING IN UKRAINE	41
--	----

DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMICS, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS

Zbrytska Tetyana, Minin Vladislav

PROBLEMS OF YOUTH IN THE LABOR MARKET IN MODERN CONDITIONS	55
--	----

Kryvtsova Marina, Soroka Oleksandra

EFFECTIVE EMPLOYMENT OF YOUTH: THEORETICAL ASPECTS AND FACTORS OF INFLUENCE	66
---	----

MANAGEMENT AND BUSINESS ADMINISTRATION

Revtiuk Yevhen

ETHICAL POLICY MANAGEMENT PROCESSES RESEARCH ON THE EXAMPLE OF UKRAINIAN UNIVERSITIES	82
---	----

MARKETING, ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND STOCK EXCHANGE ACTIVITY

Orlyk Oksana

MODERN TRENDS AND DIRECTIONS OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES USING BY ENTERPRISES	98
---	----

Skliar Dmytro

INFLUENCE OF SECTORAL TRENDS IN BUSINESS PROCESS MANAGEMENT IN E-COMMERCE	111
---	-----

Iankovyi Vladymyr

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE MOST IMPORTANT ECONOMIC CRITERIA FOR THE COMPANY'S INVESTMENT PROJECTS	125
--	-----

TOURISM ECONOMICS AND HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Gordiichuk Yevgeniia

QUALITY OF SERVICE AS A FACTOR OF FORMING COMPETITIVENESS IN CRUISE TOURISM	143
---	-----

Shykina Olga

CURRENT TRENDS OF UKRAINE'S CATEGORIZED HOTELS 163
DEVELOPMENT

INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Shmahelska Marina

WORLD RATINGS: FEATURES OF FORMATION AND IMPACT ON THE 181
COUNTRY'S ECONOMIC GROWTH

AUTHORS OF ARTICLES

193

***ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ***

УДК 338.43.02(510)

Павло Петрович НЕСЕНЕНКО

кандидат економічних наук, доцент кафедри загальної економічної теорії та економічної політики, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: nppod@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6399-3511>

**АНАЛІЗ ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ АСПЕКТІВ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ
КИТАЙСЬКОЇ НАРОДНОЇ РЕСПУБЛІКИ**

Несененко, П. П. Аналіз фундаментальних аспектів аграрної політики Китайської Народної Республіки. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 9–23.

Анотація. У статті розглянуто проблеми розвитку аграрної політики КНР як різновиду економічної політики, а також особливості проведення реформ на селі в часовому просторі через призму виникнення та розгортання спочатку теорії західної, а потім і соціалістичної модернізації, як суто китайського національного явища, що охопило всі сторони китайського суспільства, у тому числі економіку і, безпосередньо, аграрну сферу. Показано механізм підвищення продуктивних сил праці на селі, його трансформацію, сучасний стан і проблеми, що постають перед ним. Продемонстровано, що поряд з розширенням національного внутрішнього відбувається розвиток і зовнішнього ринку через розширення можливостей процесів соціалізації у такій формі, як регульований ринок. Особливу увагу приділено питанням як вже вирішених проблем на селі, так і новим, а також способам їх реалізації. Відзначено, що динамічний рух економіки Китаю з 1978 року зберігає кращі напрацювання від ідей Сунь Ятсена, Мао Цзедуну, Ден Сяопіна до Сі Цзіньпіна. Наочно продемонстровано як динамічне зростання в державі обсягу сільськогосподарського виробництва, а за ним і промислового, за останні два десятиліття перетворило Китай на одну з провідних країн світу. Відзначено, що КНР, займаючи лідируючі позиції у світі з виробництва багатьох видів сільськогосподарської продукції, водночас, поки що зосереджена на необхідності збільшення внутрішнього споживання, щоб зробити економіку менш залежною від експорту в майбутньому. Обґрунтовано ідею стосовно того, що сучасний розвиток продуктивних сил на селі все більше вимагає пошуку нових шляхів підйому соціальної сфери, яка повинна вмонтуватися у нові процеси урбанізації та стратегію розвитку країни.

Ключові слова: економічна політика; аграрна політика; модернізація; соціалістична модернізація; етапи модернізації; політика чотирьох модернізацій; урбанізація; публічне управління; сільські території; соціально-економічний розвиток.

Павел Петрович НЕСЕНЕНКО

кандидат экономических наук, доцент кафедры общей экономической теории и экономической политики, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: nppod@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6399-3511>

**АНАЛИЗ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ АСПЕКТОВ АГРАРНОЙ
ПОЛИТИКИ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Несененко, П. П. Анализ фундаментальных аспектов аграрной политики Китайской Народной Республики. *Вестник социально-экономических исследований* : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2021. № 2 (77). С. 9–23.

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы развития аграрной политики КНР как разновидности экономической политики, а также особенности проведения реформ на селе во временном пространстве через призму появления и развертывания вначале теории западной, а затем и социалистической модернизации, как чисто китайского национального явления, которая охватила все стороны китайского общества, в том числе экономику и, непосредственно, аграрную сферу. Показан механизм повышения производительных сил труда на селе, его трансформация, современное состояние и проблемы, которые перед ним стоят. Продемонстрировано, что наряду с расширением национального внутреннего происходит развитие и внешнего рынка из-за расширения возможностей процессов социализации в такой форме как регулируемый рынок. Особое внимание уделено вопросам как уже решенных проблем на селе, так и новым, а также способам их осуществления. Отмечено, что динамичное движение экономики Китая с 1978 года сохраняет лучшие наработки от идей Сунь Ятсена, Мао Цзэдуна, Дэн Сяопина до Си Цзиньпина. Наглядно продемонстрировано как динамичный рост объема сельскохозяйственного производства в стране, а за ним и промышленного, за последние два десятилетия превратил Китай в одну из ведущих стран мира. Отмечено, что КНР, занимая лидирующие позиции в мире по производству многих видов сельскохозяйственной продукции, в то же время, пока сосредоточена на необходимости увеличения внутреннего потребления, чтобы сделать экономику менее зависимой от экспорта в будущем. Обоснована идея о том, что современное развитие производительных сил на селе всё больше требует поиска новых путей подъема социальной сферы, которая должна вмонтироваться в новые процессы урбанизации и стратегию развития страны.

Ключевые слова: экономическая политика; аграрная политика; модернизация; социалистическая модернизация; этапы модернизации; политика четырех модернизаций; урбанизация; публичное управление; сельские территории; социально-экономическое развитие.

Pavlo NESENENKO

PhD in Economics, Associate Professor, General Economic Theory and Economic Policy
Department, Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: nppod@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6399-3511>

FUNDAMENTAL ASPECTS ANALYSIS OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA AGRICULTURAL POLICY

Nesenenko, P. (2021). Fundamental aspects analysis of the People's Republic of China agricultural policy [Analiz fundamentalnykh aspektiv ahraryoi polityky Kytayskoi Narodnoi Respubliky], Socio-economic research bulletin, *Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (77), pp. 9–23.

Abstract. The article considers the problems of Chinese agrarian policy development as a form of economic policy, as well as the peculiarities of rural areas reforms in time space through the prism of the emergence and deployment of the theory of Western modernization theory and then socialist modernization as a purely Chinese national phenomenon, which covered all aspects of Chinese society, including the economy and agriculture sphere. The mechanism of increasing the productive forces of labor in the countryside, its transformation, the current state and the problems are shown. It is demonstrated that the expansion of the national internal and external market occurs through the expansion of socialization processes in a form of a regulated market. Particular attention is paid to issues of both already resolved problems in the countryside, and new ones, as well as ways of their implementation. It is noted that the dynamic motion of China's economy since 1978 preserves the best developments from the ideas of Sun Yatsen, Mao Zedong,

Deng Xiaoping before Xi Jinping. It is clearly demonstrated that a dynamic growth in agricultural production, followed by industrial production in the country over the past two decades, has transformed China into the world's leading country. It is emphasized that China, occupying a leading position in the world in the production of many types of agricultural products, is currently focused on the need to increase domestic consumption to make the economy less dependent on exports in the future. The idea is substantiated that the modern development of the productive forces in the countryside increasingly requires the search for new ways to raise the social sphere, which should be incorporated into the new urbanization processes and the country's development strategy.

Keywords: economic policy; agrarian policy; modernization; socialist modernization; stages of modernization; policy of four modernizations; urbanization; public administration; rural areas; socio-economic development.

JEL classification: Q180

DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.2\(77\).2021.9-23](https://doi.org/10.33987/vsed.2(77).2021.9-23)

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сільське господарство Китаю є важливою частиною національного господарства. За своїм станом та структурою воно суттєво відрізняється від промисловості, транспорту та зв'язку, маючи на відміну від них дві особливості, які визначають специфіку його функціонування.

Перша – це особливий засіб виробництва – земля, як не відтворюваний елемент господарювання, який визначає її якість та природний компонент, що залежать переважно від погодних умов. Усе це загалом сприяє формуванню в цій галузі особливого технологічного способу виробництва та розтягнутого виробничого циклу, що охоплює значний проміжок часу, викликаючи сезонний характер виробництва. Останній призводить до нерівномірного використання трудових та матеріальних ресурсів, розтягуючи у часі процес реалізації продукції та отримання доходів від неї.

Сезонний характер виробництва загострює проблеми, пов'язані з відтворенням робочої сили, у першу чергу, у вигляді непропорційності оплати праці впродовж всього виробничого циклу, залучення певної кількості робітників лише в сезонний період тощо.

Крім того, сільське господарство дуже вразливе до змін погоди, спалахів хвороб сільськогосподарських рослин та тварин. У зв'язку з цим його можна віднести до галузей із високим економічним ризиком, оскільки прогнозовані обсяги виробництва, ціни та доходи від виробленої продукції можуть істотно змінюватися порівняно із запланованими, що потребує від товаровиробників постійного врахування непередбачуваних обставин у технологічному процесі, набагато більшому ніж в інших галузях, що викликає необхідність надання їм більшої свободи дій.

Другою особливістю аграрної сфери є специфічна форма відносин власності на засоби виробництва, що викликає реалізацію власником землі монополії на цей об'єкт.

Враховуючи те, що сільське господарство є самою давньою і провідною галуззю в доринкових суспільствах, яке визначає соціальний та господарський розвиток будь-яких країн, рівень життя населення та його продовольчу безпеку, воно завжди займає в них провідне місце. З пануванням промислового капіталу та його проникненням до аграрної сфери, її підкорення капіталом відбувається в

останню чергу. Справа у тому, що він застає у сільському господарстві специфічну форму власності на землю особливого класу – земельних володарів, які, на відміну від інших галузей економіки, існують в ній постійно. Тому в цій сфері виробничі відносини, як відомо, складаються не між двома, а трьома класами суспільства.

Звідси витікають особливості виробничої структури аграрної сфери, що визначає у ній специфіку виробничих відносин, а також аграрну політику, особливості якої потрібно постійно враховувати при розробці у будь-якій державі.

Що стосується сучасного Китаю, то на сьогодні для його керівництва розвиток села став головним в стратегії соціалістичної модернізації країни. Час показав, що окрім землі, як середовища життя людей з її інфраструктурою, рівнем культури, знань жителів села, виникла ще й проблема її майнової сторони, як розширення прав селян на отримання доходу, причому не тільки від землі. Стало очевидно, що потрібна глибока реформа нинішньої системи землекористування, перехід від адміністративного зрівняльного розподілу землі до більш ефективнішого принципу користування земельними ресурсами з включенням їх в ринковий обіг для створення умов концентрації землі й розвитку укрупнених господарств, як важливого кроку до розвитку сучасного рентабельного і високоефективного сільського господарства. Однак це неможливо зробити без врахування процесів урбанізації міст, на що наклався ще й перехід країни від традиційного суспільства до сучасного із реалізацією «китайської мрії».

Демонстрація підходів сучасного Китаю до вирішення цих проблем через аналіз етапів розвитку аграрної політики та покращення публічного управління сільських територій, прискорення процесів соціалістичної модернізації в сучасних умовах глобалізації з метою досягнення оптимізації виробництва на селі, покращення усіх сфер життя селян та суспільства у цілому, визначено автором як головну мету даної статті.

Актуальність теми дослідження обумовлена необхідністю комплексного аналізу розкриття теоретичної бази, а також сутності, цілей, методів і технік реалізації унікальної політики аграрних перетворень Китаю через призму соціалістичної модернізації, завдяки якій країні вдалося протягом декількох десятиків років домогтися феноменальних результатів, які, при нагоді, могли б бути використані й в Україні.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання формування нової аграрної політики Китаю пройшли два етапи модернізації і набули актуальності з початком встановлення КНР 1 жовтня 1949 року, та отримали новий подих у грудні 1978 року, тобто з початку реформування всієї економіки та її тоді ще визначальної частини – аграрної сфери. Теоретичні й організаційно-економічні питання з даної проблеми з початку XX століття були глибоко розкриті та обґрунтовані в працях видатних китайських політичних діячів та вчених, як, наприклад, Сунь Ятсена, Мао Цзедун, Лю Шаоци, Чжоу Еньлая, Ден Сяопіна, Сі Цзіньпіна, Лі Кецяна, Чень Юня, Цзян Цземіна, Сунь Єфана, Цянь Ін'ї, Чжоу Сяочуаня, Чень Івеня, Нін Вана, Лю Шоуїна, Хань Цзюня, Чжань Сяошаня, Джастіна Іфу Ліня, Сюй Яньлі, Лю Вейя, Су Цзяня, Лі Фенліня, Лі Цзіньвенья, Цзя Цзіньцзиня, Чжан Юя, Юй Біня та ін.

Вагомий внесок у вивчення цієї проблеми зробили також такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Дж. Аррігі, Л. Боні, Г. Волинський, П. Гайдучкий, Ю. Галенович, В. Геєць, В. Гельбрас, А. Гончарук, М. Зверяков, М. Зубець, В. Іноземцев, В. Кіктенко, Р. Коуз, Е. Лібанова, Ю. Лупенко, С. Мартиновський,

В. Месель-Веселяк, В. Міхєєв, О. Онищенко, А. Островский, Б. Пасхавер, Е. Пивоварова, В. Портяков, П. Саблук, О. Селищев, М. Селищев, М. Федоров та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сучасними науковцями проаналізовано низку важливих аспектів економічної та, безпосередньо, аграрної політики. Однак, враховуючи складність питання і його багатогранність, не всі його складові висвітлені детально та глибоко. Це пов'язано, у першу чергу, з посиленням процесів глобалізації та різним рівнем розвитку країн, як, наприклад, КНР, які в ньому задіяні. Тому виникає необхідність вивчення взаємодії економічної політики (у даному випадку такої її важливої складової як аграрна) та деяких її аспектів, як, наприклад, публічного управління, в умовах модернізації, що потребує дослідження цього питання саме з боку економічної теорії.

Постановка завдання. Головною метою статті є розкриття особливостей аграрної політики Китаю в умовах розгортання соціалістичної модернізації через ринкову трансформацію країни, з все більшим підключенням до неї на останніх етапах модернізації процесів усупільнення виробництва, як ключового елемента економічної політики КНР та демонстрація особливостей її реалізації в аграрній сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аграрна політика – це одна із складових частин економічної політики, сферою дії якої є сільське господарство та тісно пов'язані з ним сфери господарювання. Причому економічна політика з розвитком ринку є однією з її форм, щоправда, далеко не єдиною, впливу держави на суспільство. В доринковий період такою визначальною складовою була політика направлена на підпорядкування одних людей іншим, з головним багатством суспільства – землею та соціальними станами, яку з трансформацією ринку змінює економічна політика, де багатством соціуму стають гроші. З появою процесів усупільнення виробництва відбувається перехід до політики технологічних укладів, з головним багатством – людиною та її гармонійним розвитком як особистості [1, с. 67–69].

При розв'язанні будь-якого з питань виникає потреба вирішити спочатку загальні проблеми, бо вони будуть постійно нагадувати про себе при розгляді певних конкретних питань. Тому спочатку звернемо увагу саме на них. Загальним, в предметі цієї статті, є економічна політика. З'ясувавши її головні складові, можна переходити до аграрної політики, а потім і конкретних питань, що виникають у процесі її проведення. У даному випадку – це конкретні питання аграрної політики Китаю та їх трансформація в умовах ринку. Звідси постає тріада: загальне, як економічна політика; особливе – політика аграрна і одиничне – її конкретні питання. Тому, спочатку з'ясуємо предмет та сутність економічної політики, а потім і її різновид – політику аграрну.

Життєдіяльність ринкового суспільства утворюють три тісно пов'язані між собою магістральні складові: виробництво, ринок та соціальна сфера. Економічна політика належить до соціальної сфери, яка впливати безпосередньо на ринок не може. Це відбувається тільки опосередковано, через соціальну сферу (кредит, бюджет, права власності та їх юридичне оформлення) на виробництво [2, с. 23]. Звідси економічну політику можна визначити як цілеспрямовану дію соціальної сфери на виробництво, результати якої відображаються на економіці (ринку) [2, с. 14]. Що стосується аграрної політики, то вона є відгалуженням економічної політики, яку

можна визначити як цілеспрямовану дію соціальної сфери на аграрне виробництво, а її результати відображаються на економіці (ринку) та аграрному секторі.

Зрозуміло, що як складова економічної політики, аграрна політика є її частиною, і розвивається вона у руслі вибраного державою стратегічного напрямку. При цьому специфіка аграрного сектору вносить в неї певні корективи, про які вже було вказано на початку статті та особливості, які важливо враховувати при її формуванні. Звідси хиби або неточності у виборі економічної політики обов'язково негативно відіб'ються і на аграрному секторі і, навпаки, добре прорахована аграрна політика посилить ефективність економічної політики.

Однак у такій взаємодії, якщо виходити із засад марксизму, необхідно скрупульозно враховувати і соціальне середовище, або надбудову та її вплив на економічний базис. Проблеми надбудови вперше поставив Платон, а фундаментально вже у XX столітті розробили представники інституціоналізму.

Що стосується реформ КНР, то їх успіх значною мірою визначає дія такої стратегічної складової соціальної сфери як соціалістична модернізація, що стала специфічною китайською моделлю розвитку, яка базується на теорії будівництва соціалізму з «китайською специфікою» і здійснюється політичною елітою КПК як синтез марксистських уявлень про розвиток суспільства, конфуціанських соціально-політичних бачень про гармонійний суспільний розвиток людини (зокрема про побудову товариства «малого благоденства» – сяокан), а також капіталістичних технік та методів у сфері економічного реформування.

Щоправда, тут «модернізація» не рівнозначна «інноватизації». Якщо остання є своєрідним «підстєбуванням» економіко-технологічного розвитку, то модернізація є творення фундаментальних інфраструктурних (в найширшому сенсі) передумов. Проблему ефективного проведення політики соціалістичної модернізації в Китаї, частиною якої є сільське господарство, не можна вважати тільки предметом однієї дисципліни. Тому її можна розглянути тільки в контексті соціології, економічної теорії, соціальної філософії, історії та інших суспільних наук, тобто комплексно. При цьому варто пам'ятати, що поняття модернізації виникло як поняття соціології і потребує адаптації до предмету економічної теорії.

Історично питання модернізації з'явилося на Заході як проблема суттєвих змін у надбудові або інститутах влади, які викликала індустріалізація, що стала однією із форм соціально-історичного руху, як альтернативи природно-історичного типу. Вона добре пояснювала відмінність капіталізму від феодального суспільства. Однак при порівнянні із східними країнами виявила свою теоретичну неспроможність. Більш того, в її фокус, з часом, потрапили такі проблеми як співвідношення капіталізм-соціалізм, до яких додалося ще й питання стратегії розвитку третіх країн. Використання нового інструментарію модернізації призвело до згладжування протиріч між капіталізмом та соціалізмом, що й не дивно. Адже зняття ринкових відносин посилюють саме процеси соціалізації, що призводить до появи перехідних форм як, наприклад, регульованого ринку. Аналіз розвинених країн наочно продемонстрував, що модернізація, як суспільство, змінене в результаті затвердження індустріалізації, урбанізації, секуляризації, розвитку інститутів держави та громадянського суспільства, як епоха індустріальної фази економіки, завершується. Її місце почала займати культура. Це знову продемонструвало ще один бік підриву ринкової системи і посилення процесів усуспільнення.

Європейська модернізація, потрапивши на ґрунт східних країн, як, наприклад, у Китай, отримала нове піднесення. Стало зрозуміло, що сліпе копіювання досвіду європейських країн призведе до їх наздоганяючого розвитку. Звідси оригінал модернізації треба було трансформувати під потреби і закономірності національної специфіки розвитку. Звідси, наприклад, з'явився китаїзований марксизм. Це по-перше. По-друге, до моделі була привнесена нова риса – орієнтація на зміни в інститутах влади, як умови подальшого піднесення усіх сфер господарювання. Інакше кажучи, зміни в надбудові пішли попереду змін в економіці або ринку, відкриваючи йому безмежний національний простір [3].

«Таким чином, всі три найбільш поширені у XX столітті моделі суспільного розвитку, описувані концепціями переходу від традиційного суспільства до сучасного, соціалістичного будівництва і взаємодії Схід-Захід, виявилися застосовні до Китаю, де вони, об'єднавшись, запропонували принципово нову модель, в якій великомасштабні соціально-економічні та суспільно-політичні зміни стануть результатом цілеспрямованих зусиль держави» [3, с. 105].

Першим етапом модернізації стали ідеї Сунь Ятсена, який вказав на необхідність поєднання західних ідей та китайської традиції, об'єднавши в своїй політичній програмі два головні для Китаю завдання: погоню за світовими лідерами і зміну режиму. Цим він вказав на необхідність зміни соціального устрою країни та використання принципово нових методів управління й інтелектуальних стандартів. Однак реалізувати їх на практиці не вдалося.

У подальшому дослідження національної економічної політики Китаю, потребувало конкретизувати її стратегічні засади, з'ясувати завдяки чому і як буде відбуватися його реальна китаїзація, тобто тісний зв'язок між загальним і частковим, в якому постійно буде проявлятися специфіка країни в певних конкретних національних формах. Велику роль у цьому відіграють її складові. Найголовнішою з них є сучасна економічна політика Китаю, як відображення трансформаційних процесів в економіці на основі практичної модернізації країни, у тому числі, і марксизму з китайською специфікою.

Спроба посилення ринкових (вартісних) відносин та послаблення дії доринкових форм в економічній політиці Китаю, наприклад на селі, потребували його орієнтації на засади модернізації з урахуванням наявного специфічного національного середовища, і, перш за все, адаптації до ринкового типу. До цього можна віднести формування нових інститутів у вигляді нового законодавчого права при збереженні традицій життя китайського суспільства, закладених ще у стародавні часи конфуціанством. Така задача реалізувалася залежно від ситуації, наприклад, через удосконалення Конституції Китаю, політичної системи, відповідних змін програм КПК щодо формування нового політичного середовища і стимулювання мотивації населення до продуктивної праці через посилення дії ринкових сил, а з ними – і процесів соціалізації, в яких головна роль відводилася державі.

Розглядаючи сільське господарство Китаю, варто зазначити, що вплив аграрної сфери на суспільство у різні епохи був різним. Так, в умовах доринкового середовища, коли люди залежали від сил природи, аграрна сфера була визначальною, так як від стану дії сили природи залежало життя людей. З розвитком ринку та формуванням економічної політики замість політики взагалі, роль аграрної сфери почала зменшуватися, посилюючи значення економічної політики та її специфічної складової – політики промислової. Однак, навіть такі

корінні зміни не відтіснили аграрну сферу на другий план. Вони просто змінили її значення, коли промисловість почала вперше суттєво впливати на розвиток аграрної сфери, а з нею – і на все суспільство.

Аграрна політика держави, перш за все, повинна була забезпечувати її продовольчу безпеку, яка є важливою складовою національної безпеки. Це гарантує політичну незалежність країни, її економічну цілісність і стабільну соціальну спрямованість. Здійснення аграрної економічної політики показало, що потрібно враховувати ще й дії довгострокового плану (стратегію розвитку), як одну із форм соціалізації, вирішення повсякденних завдань (тактичні задачі), зарубіжний досвід та практику країн, що мали та мають значні успіхи впродовж багатьох років аграрних перетворень і не тільки.

Досить довгий час економіка Китаю розвивалася як аграрна з пануванням феодальних відносин, де сільське господарство зберігало риси, властиві йому вже сотні років, з примітивною технологією землеробства і багатомільйонною армією безземельних і малоземельних селян, диктатом чиновників, що сковувало продуктивні сили села, в якому проживало до 90% населення. Така ситуація зберігалася до середини XX століття. З 1937 по 1949 роки, за зрозумілими причинами, виробництво сільського господарства в країні впало більш ніж на 20–25%, що спричинило падіння промислового виробництва на 50–56%, у тому числі, легкої промисловості, як однієї з базових галузей – на 30%. У 1949 році дохід на душу населення в Китаї становив лише 54 дол. (66 юанів), або був у 4 рази менше, ніж у Російській Імперії у 1917 році [4, с. 70–71]. Наведений приклад наочно демонструє, що в доринкових системах розвиток всіх сфер господарства тісно прив'язаний до зростання аграрного сектору і з його падінням згасають й інші сфери.

Після утвердження 1 жовтня 1949 року КНР модернізація Китаю вступила у другий етап. Перший, як відомо, розпочався з початком XX століття і був викликаний появою в Китаї ідей марксизму та європеїзму у поєднанні з національною специфікою країни у боротьбі за національне визволення. Ідеї модернізації, підхоплені Мао Цзедунем, будувалися на політиці, що пройшла три ключові періоди: перший – з 1950 по 1952 роки, другий, що отримав назву політики «Великого стрибка», відповідно, – з 1956 по 1958 роки, а останній, третій, так звана «культурна революція» – з 1966 по 1976 роки.

Якщо уважно придивитися до підходів проведення реформи, то її перший період співпав із земельною реформою 1950 року, що ставила за мету ліквідацію феодальної системи землеволодіння і передачу земель в народне користування. Вона посилювала централізацію господарських процесів, але не ринкового типу, зроблену за сталінським зразком, і вилилася у перший п'ятирічний план економічного розвитку КНР 1953–1957 років, в процесі якого стали закладатися основи китайської індустрії директивного типу. З одного боку, можливості села зросли. До нього стала надходити нова техніка, виріс попит на продовольство. Однак, з іншого боку, малі господарства не могли скористатися перевагами великого виробництва, а держава, за браком коштів, надати їх. У 1955–1956 роках активно розгорнувся рух за кооперування селян. Підсумком цих реформ стало домінуюче становище державного сектора в народному господарстві країни.

З 1956 по 1958 роки Китаєм здійснювалася політика «Великого стрибка». Її головним завданням було різке підняття рівня усупільнення засобів виробництва і власності. Спочатку в селах, а потім і в містах, стали насаджувати «народні

комуни», куди в короткі строки були залучені 99% селянських дворів країни. У 1957–1958 роках методом «раптового удару» 88% підприємств і організацій центрального підпорядкування були передані в підпорядкування місцевим органам влади. Відбулося щось на зразок хрущовського варіанту адміністративної реформи 1956–1957 років, що мало наслідком руйнацію технологічних ланцюжків між виробництвами. У сфері розподілу насаджувалася «зрівнялівка», порушився принцип розподілу по праці. Піддавалися забуттю принципи планомірного розвитку виробництва, розмивалися спеціалізація і кооперування. Ця економічна політика призвела до розбалансування господарського механізму країни. Вже у 1960 році КНР зіткнулася з дошкульною кризою і голодом, а потужні диспропорції у народному господарстві призвели до істотного падіння виробництва, що стало, окрім всього, ще й наслідком перевищення міри у співвідношенні між планом (причому директивним згори) та задавленим ринком.

«Великий стрибок» породив й інші серйозні проблеми у вигляді диспропорцій народного господарства. По-перше, між накопиченням і споживанням; по-друге, між промисловістю і сільським господарством; по-третє, всередині індустріального сектора; по-четверте, між доходами і витратами. Останні ніхто не рахував, так як вони були прерогативою саме ринкової системи, серцевиною його функціонування, яку швидко згорнули.

Починаючи з 1960 року почався поступовий відхід від цієї політики. При провідній ролі загальнонародної власності була відновлена і розвинена колективна економіка. Низовою госпрозрахунковою одиницею сільських народних комун стала виробнича бригада. Існувала й індивідуальна економіка в місті та селі, була дозволена торгівля на колективних ринках. Посилилося централізоване управління економікою, запроваджувався контроль за інвестиціями в основні фонди за рахунок місцевих коштів. Однак намічених цілей досягнуто не було.

Як результат цього, з 1966 по 1976 роки в Китаї відбулася «культурна революція», необхідність якої Мао Цзедун вбачав в знищенні старого соціально-культурного середовища яке, на його думку, було основною причиною провалу попередніх соціально-економічних експериментів. Старе соціально-культурне середовище почали рішуче руйнувати шляхом підтримання штучно створеної соціально-політичної напруги.

Роль держави у цьому процесі різко зросла і стала знову абсолютною, як в економіці, так й інших сферах життя суспільства. Всі ділові операції проводилися відповідно до указів зверху. Держава забезпечувала підприємства засобами виробництва і закупувала всю вироблену продукцію за цінами, нею ж встановленими. Доходи виробництва вилучалися до держбюджету, а витрати покривалися.

Свавілья державних чиновників породжувало бюрократизацію суспільства. Зростав товарний дефіцит та принцип зрівнялівки, коли заробітна плата видавалася без урахування особистого внеску працівника та, крім того, була мінімальною. Життєвий рівень населення став вкрай низьким. Продукти розподілялися за картковою системою. Виник «чорний ринок» та спекуляція. Інакше кажучи, при збереженні директивного плану об'єктивно з'явилися форми наслідків жорсткої централізації із порушенням пропорцій між планом та ринком.

Однак зруйнувавши завдяки активності молоді вплив на суспільство старих традицій, була підірвана соціальна стабільність, що неминуче посилює стан анархії і в господарському житті, серйозно вплинувши на розвиток народного

господарства країни, і, значною мірою, на його аграрну сферу. Для поновлення соціальної стабільності Мао Цзедун був змушений укріпити свою владу, яка стала єдиною точкою консолідації суспільства. Диктат соціально-політичної складової над економічною став абсолютним. Стало зрозуміло, що потрібен перехід до нової епохи – епохи докорінних змін при збереженні старого стратегічного курсу на соціалізм та модернізацію на чолі з новим лідером перетворень у китайському суспільстві. Таким реформатором та політиком нового типу став Ден Сяопін.

Зазначимо, що якщо реформи Мао Цзедуна спиралися на ідеї сталінізму, то Ден Сяопін – переважно на напрацювання ленінського НЕПу з його максимальним використанням переваг регульованого ринку у зростанні продуктивності праці. Основою для практичної розробки реформаторських ідей став затверджений у середині 70-х років курс «чотирьох модернізацій», який мав на меті трансформації в чотирьох областях – сільському господарстві, промисловості, армії, науці й техніці. Політика «чотирьох модернізацій» відображала матеріальне забезпечення реформи. Сутність же ідейно-політичної лінії представляли «чотири основні принципи»: соціалістичний шлях розвитку, демократична диктатура народу, керівництво компартії, марксизм-ленінізм та ідеї Мао Цзедуна [5].

Період цих реформ, на думку О. С. Селищева та М. О. Селищева, з якими можна погодитися, можна умовно поділити на п'ять ключових етапів [4]. Щоправда, з суттєвими доповненнями аналізу тих процесів, які вони в загальному виділили, однак необхідної уваги їх дослідженню не приділили.

Перший етап реформ (1978–1984 роки) був орієнтований на зменшення частки, перш за все, директивного планування як головної до цього форми регулювання суспільних пропорцій між виробництвом і споживанням за відсутності на той час її внутрішньої складової – плановірності, як об'єктивного процесу реального усуспільнення. Вона з'являється з розвитком масовидного великого машинного виробництва у результаті дії розвинених вартісних процесів, а не насаджування їх зверху шляхом директивних завдань.

Відбувається посилення процесів уособленості й регулюючої ролі ринку шляхом поступового демонтажу директивних методів управління господарством. Звідси, на той період: 30% валового промислового виробництва становили великі підприємства і оборонна промисловість, створені в умовах директивного планування, тобто зверху, які піддавалися прямому регулюванню, 10% валового промислового виробництва – частковому директивному плануванню, 30% (середні і малі промислові підприємства) – так званому направляючому плануванню, і лише 20% економіки регулювалися виключно ринком.

Стратегія ж економічної реформи була виписана в «Рішенні про деякі питання прискорення розвитку сільського господарства» і «Примірному проекті положень про роботу сільських народних комун», прийнятому 4-м пленумом ЦК КПК 11-го скликання у вересні 1979 року. Саме з неї, фактично, почалися реформи на селі.

У проекті розвитку сільського господарства це проявилось у пошуках стимулів для збільшення його продуктивності шляхом посилення дії ринку. Зазначений пленум офіційно затвердив ідею закріплення виробничого завдання за двором (сімейний підряд). В обмежених масштабах було здійснено перехід на подвірний (сімейний) підряд, який допускався в цих районах лише за умови збереження колективної власності на засоби виробництва, заборони купівлі-продажу землі, найму працівників, заняття лихварством, неухильного виконання

зобов'язань підрядного двору перед колективним господарством. Потім строк оренди землі, що була передана в оренду, подовжували до 30 років, а після кількох років, коли були випробувані методи встановлення селянам завдань з вирощування продукції на селі, після її здачі державі, решта переходила у власність виробників. З 1981 року курс на розвиток товарного виробництва на селі був оголошений урядом в якості стратегічного. Цим були, по суті справи, відкриті нові горизонти ринкової трансформації, причому зроблено там, де наявні умови уособленості на той час були найбільші.

Другий етап реформ (1984–1992 роки) можна назвати посиленням частки процесів уособленості й прискорення демонтажу директивної системи планування шляхом закріплення за державою управління макроекономічними показниками за принципом «держава регулює ринок, а ринок орієнтує підприємство». Для другого етапу реформ у сільському господарстві з 1985 року стало характерним підвищення ролі економічних методів в управлінні господарством на всіх рівнях, з розширенням зв'язку селян з ринком і оптимізацією виробничої структури села [6, с. 90]. Таким чином, село в процесі реформ, які стимулювалися економічною політикою держави, поступово переходило від однотипної структури власності до багатоукладної. До моменту широкого початку економічної реформи в місті, в селі вже практично сформувалася первісна багатоукладна економіка. Багата практика реформ села дозволила китайським вченим і практикам у середині 80-х років зробити висновок стосовно багатоукладності як структуроутворюючого елементу моделі розвитку Китаю.

До кінця 80-х років минулого століття основні складові нової економічної політики на селі можна було сформулювати наступним чином:

1. Сімейне підрядне господарство – за наявності різноманітних форм господарювання на селі залишається основною формою виробничої і господарської діяльності на тривалий час. Воно становить першу, основну ступінь двоступеневої структури колективного господарства, в якій ув'язується індивідуальне і колективне господарювання.
2. Розвиток багатьох форм господарств та господарювання при збереженні провідної ролі суспільної власності на засоби виробництва.
3. Дотримання принципу оплати за працею, як основної форми розподілу, допущення інших джерел доходів.
4. Послідовний розвиток багатогалузевої структури сільської економіки.
5. Розвиток товарного виробництва і обігу, послідовне розширення сфери ринкового регулювання, оптимальне поєднання «плану» і «ринку».
6. Визнання в умовах розвитку товарного господарства необхідної і неминучою диференціації доходів.
7. Проведення політики допомоги бідним районам.
8. Реалізація політики відкритості зовнішньому світу [7, с. 138].

Третій етап реформ (1992–1997 роки) характеризувався відмовою від ідеологічних норм управління економікою країни (умовно кажучи: політрук-господарник), та курсом всебічного поглиблення реформ і прискорення темпів економічного зростання, визначаючи завдання оптимізації управління підприємствами як головні засади трансформації ринку або економіки.

Першою головною загальною особливістю ринку Китаю став його регульований характер як одна із перехідних форм усупільнення. Практика переходу до нього передбачала процес постійних компромісів, вироблення гнучкої економічної політики, здатної одночасно забезпечити стабільність і рух шляхом перетворень. Другою особливістю, що витікала з першої, стало забезпечення

спрямовуючої ролі держави в здійсненні переходу від старої моделі економічної системи до нової, починаючи від розробки теорії економічної політики до практики будівництва ринкової інфраструктури та розгалуженої системи ринків в країні.

Висунутий XIV з'їздом КПК у жовтні 1992 року курс на розвиток «соціалістичної ринкової економіки» відкрив нові перспективи для розширення масштабів товарного господарства, прискорення процесу формування єдиного ринку Китаю. Основними напрямками реформи були обрані: 1) послідовний перехід до вільних цін на продукцію сільського господарства при одночасній активній підготовці умов до лібералізації цін на ті види продукції, на які ціни ще не були відпущені; 2) прискорення реформи системи єдиного постачання зерна з метою поступової товаризації зернового виробництва і обміну; 3) реформа існуючої системи бюджетних цінових дотацій на продукцію сільського господарства [7, с. 138–139]. Таким чином, реальним фактом, стало формування багатуукладної економіки, коли економічне зростання досягалося переважно за рахунок державного бюджету, що став перманентно дефіцитним.

Усі попередні успіхи досягалися за рахунок екстенсивної, ресурсозатратної моделі економічного зростання. Дозволяючи певною мірою вирішити одну з головних соціально-економічних проблем країни – забезпечення зайнятості гігантських мас населення, ця модель орієнтувала суспільство і державу на гонитву за кількісними показниками на шкоду якісним. Тому для забезпечення переходу від екстенсивної моделі розвитку до інтенсивної на XV з'їзді КПК у вересні 1997 року був зроблений висновок стосовно необхідності переходу до експортної орієнтації економіки, завдяки чому міг істотно розвиватися і внутрішній ринок шляхом його капіталізації.

Стрижнем четвертого етапу реформ (1998–2002 роки) стала реалізація політики зовнішньоекономічної експансії «йти за», сутність якої полягала в нарощуванні експортного потенціалу при всебічному використанні ресурсів світового ринку для стимулювання національного розвитку. Причому у зовнішні комунікації з державами китайське суспільство внесло ідеологію конфуціанства, що дозволяло стимулювати розвиток форм надлишкової додаткової вартості шляхом піднесення нових технологій на гранях прориву світової науки в технологічних зонах. В сільському господарстві це перетворилося на спробу зняття залишкових припон для вільного включення до світового ринку, для чого була проведена велика робота щодо приведення закупівельних цін до ринкових. Невирішеною проблемою КНР й досі залишаються відносно невисока ефективність та значні витрати на сільськогосподарське виробництва. Тому країна вимушена експортувати продовольство, але при цьому активно вивчає досвід країн, що є світовими лідерами аграрного виробництва та запозичує передові технології вирощування і захисту агрокультур та розведення, годівлі та утримання сільськогосподарських тварин.

Основне завдання п'ятого етапу (з 2002 року – по сьогодні), який плавно витікає з попередніх, полягає у втіленні ідеології «трьох представників», яка поєднувала б у собі ідеї марксизму-ленінізму, вчення Мао Цзедуну і Ден Сяопіна.

Аграрні перетворення в Китаї за останні роки стикнулися ще з двома проблемами: подолання бідності, що було досягнуто у 2021 році, та здійснення соціалістичної модернізації. Стало зрозуміло, що без подолання існуючих кризових явищ [8; 9], у тому числі й в аграрній сфері, подальше стрімке піднесення країни неможливе. Саме у цьому полягає особливість сучасного етапу китайської

модернізації, що чітко розписана на три етапи до 2050 року. Згідно з «Документом ЦК КПК і Держради КНР № 1, 2018 р.» здійснення стратегії підйому села – важливий політичний проект XIX з'їзду партії, що відбувся у жовтні 2017 року, націлений на остаточне вирішення завдань стосовно повної побудови суспільства середнього достатку (сяокан) і модернізованої соціалістичної держави [10, с. 57], «остаточний проект рішення аграрної проблеми в нову епоху» [11].

Безсумнівно, центральною ланкою у подоланні головного соціального протиріччя Китаю на селі виступає кардинальне вирішення аграрної проблеми, що підтверджує і повний збіг етапів реалізації стратегії підйому села з етапами побудови суспільства повного сяокан і здійснення соціалістичної модернізації країни в цілому: до 2020, 2035 і 2050 років [10, с. 58]. Нова аграрна стратегія, про що вже було сказано вище, безпосередньо пов'язана з реалізацією двох основних історичних завдань КНР на першу половину XXI століття: подолання бідності та здійснення соціалістичної модернізації – двох провідних віх і основного змісту будівництва соціалізму з китайською специфікою нової епохи.

Висновки і перспективи подальших розробок. Виходячи з вищенаведеного, варто зазначити, що сільське господарство Китаю у своєму розвитку пройшло довгий шлях від збереження до 1949 року значних напластунків доринкових відносин, трансформації ринку, спочатку Мао Цзедун, як другого етапу модернізації, а потім і третього етапу, який розпочав Ден Сяопін, з побудовою сучасною владою нового соціального, і, перш за все, політичного середовища, що дає можливість аграрному сектору шляхом тісної взаємодії з промисловістю, вивести країну на нові рубежі процвітання.

Успіхи країни були досягнуті переважно завдяки стратегічній лінії на процеси соціалістичної модернізації, що пройшла декілька ключових етапів, починаючи з XX століття як просто модернізація, а з 1949 року – як соціалістична модернізація до початку XXI століття. Саме це дозволило з'ясувати сутність модернізації як європейського явища, а підключивши до неї ідеї китайської специфіки, спочатку на дотик, за часів Мао Цзедуна, а потім усе більш осмислено – з початком реформ Ден Сяопіна, провести лінію Китаю на підняття всіх сфер виробництва, у тому числі й сільського господарства. Це дозволило підняти загальний рівень життя населення, досягти великих успіхів у соціальній сфері села, завдяки чому піднявся і рівень розвитку промисловості.

Наразі індустріально-аграрний Китай є фундаментом соціально-економічного стану країни на тривалий період часу, який без суттєвих зрушень у ньому не дозволяє вирішити не тільки проблему села, але і всього суспільства в цілому. Причому він спрацює через проведення політики нової урбанізації, що спричинить до 2050 року переїзд приблизно 200 млн. громадян країни із своїх сільських домів у міста. Інакше кажучи, до стратегії підйому села покладено урбанізацію нового типу, що є неминучим шляхом створення сучасної економічної системи і здійснення модернізації країни. Звідси випливає потреба у комплексній розробці нових підходів до аграрної політики, спрямованих у довгостроковій перспективі на формування продовольчої безпеки країни, збереження пріоритетності розвитку аграрного сектору економіки та сільських територій, докорінну трансформацію економічних, соціальних та правових відносин в аграрній сфері та активний розвиток публічного управління сільських територій.

Сучасна аграрна політика Китаю сформувалася на основі багатоукладної економіки, що дало можливість забезпечити середній рівень потреб населення у

продуктах харчування та сировині для промисловості. Тим самим вона виявилася здатною забезпечити не тільки продовольчу безпеку країни, але й реально створити можливості для нового етапу соціалістичної модернізації. Щоправда, для цього потрібні нові мотиви, які б безпосередньо стимулювали економічні інтереси селян через подальше розширення їх свободи господарської діяльності, розвитку сфери обслуговування жителів села для покращення їх життя. Саме до 2050 року передбачається повністю вирішити завдання стратегії підйому села, щоб зробити «сільське господарство сильним, село – красивим, селян – багатими» [10, с. 58]. Таким чином, в умовах трансформації ринку, а з нею і соціалізації як форми соціалістичної модернізації, можна розв'язати поставлені завдання, а зв'язку «місто-село» зробити головним локомотивом цього процесу.

Література

1. Артеменко О. А. Еволюція технологічних укладів як етапи соціалізації виробництва. *Актуальні проблеми розвитку економічної теорії в умовах глобалізації* : матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Покританівські читання». Одеса : ОНЕУ, 2016. С. 67–69.
2. Мартыновский С. В. *Экономическая политика : проблемы достижения цели* : монография. Одесса : Пальмира, 2008. 186 с.
3. Виноградов А. В. Китайская модернизация в сравнительной перспективе. *Сравнительная политика*. 2010. № 1. С. 104–120.
4. Селищев А. С., Селищев Н. А. *Китайская экономика в XXI веке*. Санкт-Петербург : Питер, 2004. 240 с.
5. Абилюкова Г. К. КНР в эпоху реформ Дэн Сяопина. *Вестник КазНУ. Серия востоковедения*. 2012. № 1 (58). С. 9–13.
6. Дэн Сяопин. *Строительство социализма с китайской спецификой*. Москва : Наука, 1997. 364 с.
7. Ондасынова А. И., Джееналиева А. Т. Китайский опыт экономических реформ в аграрном секторе. *Вестник КазЭУ*. 2011. № 4 (82). С. 136–140.
8. Си Цзиньпин. *О государственном управлении*. Пекин : Издательство литературы на иностранных языках, 2014. 630 с.
9. 中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定 [Постановление ЦК КПК «О некоторых важных вопросах всестороннего углубления реформ»]. URL: <http://cpc.people.com.cn/n/2013/1115/c64094-23559163.html> (дата обращения: 27.04.2021).
10. Бони Л. Д. Новая аграрная стратегия XIX съезда КПК : цели и проблемы. *Проблемы Дальнего Востока*. 2018. № 5. С. 57–69.
11. Доклад Председателя Си Цзиньпина на XIX Всекитайском съезде Коммунистической Партии Китая. URL: <http://md.chineseembassy.org/eng/zt/19cpc/t1507416.htm> (дата обращения: 28.04.2021).

References

1. Artemenko, O. A. (2016). Evolution of technological systems as stages of production socialization [Evolutsiia tekhnolohichnykh ukladiv yak etapy sotsializatsii vyrobnytstva], *Aktualni problemy rozvytku ekonomichnoi teorii v umovakh hlobalizatsii*: materialy XII Vseukrainskoi naukovo-praktichnoi konferentsii «Pokrytanivski chytannia», ONEU, Odessa, s. 67–69 [in Ukrainian]
2. Martynovskiy, S. V. (2008). *Economic policy: problems of goal achievement*: monograph [Ekonomicheskaya politika: problemy dostizheniya tseli: monografiya], Palmira, Odessa, 186 s. [in Russian]
3. Vinogradov, A. V. (2010). Chinese modernization in a comparative perspective [Kitayskaya modernizatsiya v sravnitel'noy perspektive], *Sravnitel'naya politika*, No. 1, s. 104–120 [in Russian]

4. Selishchev, A. S., Selishchev, N. A. (2004). *Chinese economy in the XXI century* [Kitayskaya ekonomika v XXI veke], Piter, Sankt-Peterburg, 240 s. [in Russian]
5. Abilekova, G. K. (2012). China in the era of Deng Xiaoping's reforms [KNR v epokhu reform Den Syaopina], *Vestnik KazNU. Seriya vostokovedeniya*, No. 1 (58), s. 9–13 [in Russian]
6. Deng Xiaoping (1997). *Building socialism with Chinese characteristics* [Stroitelstvo sotsializma s kitayskoy spetsifikoy], Nauka, Moskva, 364 s. [in Russian]
7. Ondasynova, A. I., Dzheenalieva, A. T. (2011). Chinese experience of economic reforms in the agricultural sector [Kitayskiy opyt ekonomicheskikh reform v agrarnom sektore], *Vestnik KazEU*, No. 4 (82), s. 136–140 [in Russian]
8. Xi Jinping (2014). *About public administration* [O gosudarstvennom upravlenii], Izdatelstvo literatury na inostrannykh yazykakh, Pekin, 630 s. [in Russian]
9. 中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定 [O nerotorykh vazhnykh voprosakh vsestoronneho uglubleniya reform: Postanovlenie TSK KPK]. Retrieved from: <http://cpc.people.com.cn/n/2013/1115/c64094-23559163.html> [in Chinese]
10. Boni, L. D. (2018). New agrarian strategy of the XIX Congress of the CPC: goals and problems [Novaya agrarnaya strategiya XIX syezda KPK: tseli i problemy], *Problemy Dalnego Vostoka*, No. 5, s. 57–69 [in Russian]
11. *Report by Chairman Xi Jinping to the 19th National Congress of the Communist Party of China* [Doklad Predsedatelya Si Tszinpinga na XIX Vsekitayskom syezde Kommunisticheskoy Partii Kitaya]. Retrieved from: <http://md.chineseembassy.org/eng/zt/19cpc/t1507416.htm> [in Russian]

***ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ***

УДК 620.9:330.341.1

Дмитро Миколайович ПАЛАМАРЧУК

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки та бізнесу,

Черкаський державний технологічний університет, Україна,

e-mail: dmytropalamarchuk@gmail.com,

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6023-9780>

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ

Паламарчук, Д. М. Механізм формування економічної політики у сфері енергоефективності. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 25–40.

Анотація. У статті розглянуто теоретичні та практичні аспекти побудови сучасного механізму формування економічної політики України в сфері енергоефективності. Метою статті є розроблення механізму формування економічної політики енергоефективності з урахуванням євроінтеграційної орієнтації країни та завдання щодо зменшення енергоємності валового внутрішнього продукту. Дослідження здійснено з використанням методів дедукції та індукції, системного аналізу. Уточнено принципи побудови, мету, об'єкти і суб'єкти, визначено науково-методичні засади побудови механізму формування економічної політики енергоефективності. Обґрунтовано, що стратегічними цілями економічної політики енергоефективності повинні стати: зниження рівня енергозалежності; розроблення та впровадження у промислове виробництво технологій трансформації енергії фотосинтезу; впровадження та подальший розвиток диверсифікації джерел та умов поставок енергоресурсів; скорочення споживання невідновлюваних паливно-енергетичних ресурсів; впровадження прогресивних технологій транспортування тепла від джерела до споживача; досягнення придатних рівнів надійності енергопостачання та енергетичної безпеки; зниження екологічного навантаження від діяльності підприємств енергетичного комплексу. Доведено необхідність поєднання принципів забезпечення енергоефективності та принципів інституційного партнерства як основних при побудові механізму формування економічної політики енергоефективності. Практичну цінність має обґрунтування доцільності спрямування економічної політики, крім використання традиційних економічних інструментів стимулювання енергоефективності, на посилення ролі регіональних освітніх установ в процесах забезпечення енергетичної безпеки та підвищення енергоефективності на локальному та регіональному рівнях, зокрема, через доповнення ключових функцій та завдань університетів; створення спеціальних конкурентоспроможних Центрів енерго-аудиту та енергозбереження в ЗВО; реалізацію спеціальних бакалаврських та магістерських програм (в т. ч. програм подвійного диплому), програм підвищення кваліфікації у сфері енергоефективності та енергозбереження; посилення інституційної взаємодії між регіональними органами управління та місцевого самоврядування, суб'єктами бізнес-середовища регіону, ОСББ, територіальними громадами (в т. ч. об'єднаними), регіональними ЗВО та науково-дослідними установами. У статті запропоновано розроблений автором механізм формування економічної політики енергоефективності, який підготовлено на основі систематизації результатів впровадження програм енергоефективності розвиненими країнами світу і, зокрема, країнами-членами Європейського Союзу, а також визначення можливостей імплементації моделей, інструментів та механізмів з урахуванням сформованої законодавчої бази, рівня економічного розвитку та ресурсного потенціалу України.

Ключові слова: енергоефективність; енергетична безпека; енергоємність; відновлювані джерела енергії; економічна політика; економічний механізм; сталий розвиток.

Дмитрий Николаевич ПАЛАМАРЧУК

кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики и бизнеса, Черкасский государственный технологический университет, Украина,

e-mail: dmytropalamarchuk@gmail.com,

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6023-9780>

**МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ
В СФЕРЕ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ**

Паламарчук, Д. М. Механизм формирования экономической политики в сфере энергоэффективности. *Вестник социально-экономических исследований* : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2021. № 2 (77). С. 25–40.

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические и практические аспекты построения современного механизма формирования экономической политики Украины в сфере энергоэффективности. Целью статьи является разработка механизма формирования экономической политики энергоэффективности с учетом евроинтеграционной ориентации страны и задачи по уменьшению энергоемкости валового внутреннего продукта. Исследование осуществлено с использованием методов дедукции и индукции, системного анализа. Уточнены принципы построения, цели, объекты и субъекты, определены научно-методические основы построения механизма формирования экономической политики энергоэффективности. Обосновано, что стратегическими целями экономической политики энергоэффективности должны стать следующие: снижение уровня энергозависимости; разработка и внедрение в промышленное производство технологий трансформации энергии фотосинтеза; внедрение и дальнейшее развитие диверсификации источников и условий поставок энергоресурсов; сокращение потребления невозобновляемых топливно-энергетических ресурсов; внедрение прогрессивных технологий транспортировки тепла от источника к потребителю; достижения необходимого уровня надежности энергоснабжения и энергетической безопасности; снижение экологической нагрузки деятельности предприятий энергетического комплекса. Доказана необходимость сочетания принципов обеспечения энергоэффективности и принципов институционального партнерства как основных при построении механизма формирования экономической политики энергоэффективности. Практическую ценность представляет обоснование целесообразности использования при формировании экономической политики не только традиционных экономических инструментов стимулирования энергоэффективности, но и инструментов усиления роли региональных образовательных учреждений в процессах обеспечения энергетической безопасности и повышения энергоэффективности на локальном и региональном уровнях, в частности через дополнение ключевых функций и задач университетов, создание специальных конкурентоспособных центров энергоаудита и энергосбережения при ВУЗ-ах; реализацию специальных бакалаврских и магистерских программ (в т. ч. программ двойного диплома), программ повышения квалификации в сфере энергоэффективности и энергосбережения; усиление институционального взаимодействия между региональными органами управления и местного самоуправления, бизнес-единицами, ОСМД, территориальными общинами (в т. ч. объединенными), региональными ВУЗ-ами и научно-исследовательскими учреждениями. В статье предложен разработанный автором механизм формирования экономической политики энергоэффективности, который подготовлен на основе систематизации результатов внедрения программ энергоэффективности развитыми странами мира (в частности странами-членами Европейского Союза), а также определения возможностей имплементации моделей, инструментов и механизмов с учетом сложившейся законодательной базы, уровня экономического развития и ресурсного потенциала Украины.

Ключевые слова: энергоэффективность; энергетическая безопасность; энергоёмкость; возобновляемые источники энергии; экономическая политика; экономический механизм; устойчивое развитие.

Dmytro PALAMARCHUK

PhD in Economics, Associate Professor in International Economics and Business

Department, Cherkasy State Technological University, Ukraine,

e-mail: dmytropalamarchuk@gmail.com,

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6023-9780>

ECONOMIC POLICY FORMATION MECHANISM FOR ENERGY EFFICIENCY AREA

Palamarchuk, D. (2021). Economic policy formation mechanism for energy efficiency area [Mekhanizm formuvannia ekonomichnoi polityky u sferi enerhoefektyvnosti], *Socio-economic research bulletin, Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (77), pp. 25–40.

Abstract. Theoretical and practical aspects of elaborating the modern mechanism for developing the economic policy of Ukraine in the energy efficiency sphere are investigated in the article. The article aimed at developing a mechanism for the formation of an energy efficiency economic policy due to Ukraine's European integration orientation and the purpose of reducing the energy intensity of the gross domestic product. The research was carried out using the methods of deduction and induction, system analysis. The clarification of the principles, tasks, objects and subjects, methodological bases for elaborating the mechanism for the formation of an economic policy of energy efficiency made. It has been substantiated that the strategic goals of the economic policy of energy efficiency should be the following: reducing the level of energy dependence; development and implementation of the technologies for transforming the energy of photosynthesis into industrial production; implementation and further development of diversification of sources and conditions for the supply of energy resources; reduction of consumption of non-renewable fuel and energy resources; implementation of advanced technologies for transporting heat from the source to the consumer; achieving suitable levels of power supply reliability and energy security; reduction of the environmental pollution by the enterprises in the energy complex. The necessity of combining the priority principles of ensuring energy efficiency and institutional partnership for building a mechanism for forming an economic policy of energy efficiency has been proved. The necessity of mutual using the traditional economic instruments for stimulating energy efficiency and instruments for strengthening the role of regional educational institutions in the processes of ensuring energy security and increasing energy efficiency at the local and regional levels were grounded. The mentioned above has practical value. It involves the addition of key functions and tasks of universities and implies the creation of special competitive centers for energy audit and energy saving at the universities, as well as the implementation of special bachelor's and master's programs (including double degree programs), advanced training programs devoted to the energy efficiency and energy saving; strengthening of institutional interaction between regional authorities and local government, business agents and territorial communities, regional HEI and research institutions. The mechanism for the formation of an economic policy of energy efficiency developed based on the systematization of the implementation results of the energy efficiency programs by developed countries, in particular, the European Union member states. The possibilities for the implementation of models, tools and mechanisms, due to the existing legislative framework, the level of economic development and resource potential of Ukraine were grounded.

Keywords: energy efficiency; energy security; energy intensity; renewable energy sources; economic policy; economic mechanism; sustainable development.

JEL classification: F150; O190; Q210; Q320; Q420; Q480**DOI:** [https://doi.org/10.33987/vsed.2\(77\).2021.25-40](https://doi.org/10.33987/vsed.2(77).2021.25-40)

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні економічне зростання, згідно з концепцією сталого розвитку, повинно бути пов'язане не з експлуатацією природних ресурсів, а з широким застосуванням моделей зеленої економіки. Відповідно до цього підходу, поступова переробка та утилізація накопичених в минулому відходів забезпечить зменшення масштабів та ліквідацію значної кількості полігонів; в експорті відбудеться перехід від сировини та продуктів її первинної переробки до переважання продуктів з високим ступенем доданої вартості; завдяки заходам з енергозбереження та застосуванню енергоефективних практик суттєво знизиться енергоємність валового внутрішнього продукту; частка виробництва екологічно чистої енергії неухильно зростатиме, витісняючи перш за все традиційні карбонові технології, що дозволить суттєво зменшити викиди парникових газів та інших забруднюючих речовин в атмосферу і стане внеском у протидію зміні клімату. Все це сприятиме поліпшенню якості довкілля і здоров'я населення.

Підвищення енергоефективності економіки та зменшення енергоємності ВВП є однією з пріоритетних задач для забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності економіки України, рівень енергоємності якої наразі утричі вищий за відповідний показник Польщі. Усвідомлення необхідності конструювання нових механізмів управління сталим розвитком України обумовило поступовий перехід до пакетного способу проведення економічної, екологічної та регіональної політик.

Перехід до сталого розвитку складається з кількох важливих етапів. На першому етапі варто проводити детальний аналіз поточних соціально-екологічних проблем, визначити найбільш важливі з них та розробити оперативні інструменти удосконалення екологічних та соціальних імперативів у найбільш проблемних зонах. Другий етап передбачає впровадження обґрунтованих соціально-екологічних обмежень щодо ведення певних типів господарської діяльності. На третьому етапі повинні бути створені умови для масштабної переорієнтації промисловості на використання ресурсозберігаючих та енергоефективних технологій. На четвертому етапі має бути вирішена глобальна задача гармонізації розвитку регіональних соціо-економіко-екологічних систем.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання зниження енергоємності ВВП, підвищення рівня енергетичної незалежності, забезпечення енергетичної безпеки на національному та локальному рівнях, а також підвищення енергоефективності знаходяться у фокусі вирішення практичних задач на рівні підприємств та організацій різних форм власності, досліджень вітчизняних та зарубіжних наукових шкіл та наукових колективів, міжнародних агенцій та консалтингових груп, законодавчих ініціатив тощо. Серед вітчизняних науковців заслуговують на увагу праці колективів Національного інституту стратегічних досліджень [1], Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова [2], Інституту загальної енергетики НАН України та інших наукових установ. Крім того, низка досліджень прикладного характеру проведена науковими установами у співпраці з Держенергоефективності, Міністерством економіки України, Міністерством енергетики України, державними енергетичними

компаніями [3; 4; 5; 6 та ін.]. Серед робіт, присвячених проблематиці енергоефективності особливо варто відмітити праці вітчизняних та зарубіжних науковців І. Беззуба [7], Є. Березницького, Я. Радіонової та І. Яснолоб [8], Д. Бобро, В. Дергачова, С. Завгородньої, Г. Рябцева, А. Сменковського, О. Суходолі, Ю. Харазішвілі [1; 9; 10; 11], Н. Вагнера, Д. Жілена та Д. Сайгіна [12], Г. Гелетути, А. Праховнік та П. Шевцова [4], С. Денисюка, О. Коцар та Ю. Чернецької [5], Т. Железної, Д. Зеркалова [13], Ф. Майсснера, Д. Науменко, Й. Радеке [14], Ю. Продана та Б. Стогнія [15], Л. Петкової [16; 17] та ін. Ці роботи присвячені різним аспектам підвищення енергоефективності [5; 6; 7; 9; 11; 12; 14; 18; 19], ролі енергетики в економічних процесах [2; 10], вивчення та впровадження найкращих зарубіжних практик [3; 4; 14; 16; 17; 20; 21], удосконалення вітчизняного законодавства в енергетичній сфері [10; 19; 22], забезпечення енергетичної безпеки [1; 7; 10; 15]. Значна частина наукових досліджень останніх років присвячена проблемам забезпечення енергоефективності на мікроекономічному рівні та на рівні окремих сфер економічної діяльності [22; 23; 24; 25].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Враховуючи глобальний контекст проблеми забезпечення енергоефективності, значну диверсифікацію енергетичних ресурсів, ресурсного потенціалу, рівня економічного розвитку, інноваційності та енергоємності економік світу, моделі економічних політик урядів країн світу, як власне і механізми формування економічної політики для кожної країни є різними. Розроблення такого механізму з урахуванням національних умов та тенденцій зміни енергетичного ринку світу, його кон'юнктури, а також економічної політики сусідніх країн, насамперед, країн Євросоюзу є важливим завданням, що потребує подальшого розгляду та напрацювання теоретичних і методичних положень в цьому напрямі.

Постановка завдання. Сучасний стан енергетичної безпеки України, принципова необхідність забезпечення енергетичної незалежності та виходу на траєкторію самозабезпечення соціально-економічного розвитку територій енергетичними, зокрема, і альтернативними видами, ресурсів обумовлює необхідність розроблення нових та удосконалення існуючих механізмів формування економічної політики енергоефективності.

Виходом зі сформованої ситуації може бути вироблення принципово нової теоретичної парадигми енергоефективності на засадах структурно-системного підходу та дієвого організаційно-економічного механізму управління.

Метою статті є розроблення механізму формування економічної політики енергоефективності з урахуванням євроінтеграційної орієнтації країни та завдання щодо зменшення енергоємності валового внутрішнього продукту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Огляд європейських практик [5; 6; 7; 9; 11; 12; 14; 18; 19; 26–35] засвідчує, що переважними інструментами державної підтримки та стимулювання реального сектору економіки до підвищення енергоефективності є цільові державні позики та інвестиційні гранти. Як зазначає В. Гуч-Денисенко «у міру накопичення знань, досвіду, даних, інституційної спроможності країни переходять до більш складних інструментів, наприклад, схеми зобов'язань, включаючи торгівлю «білими сертифікатами»» [25].

Л. Петкова зазначає: «ефективне використання енергетичних ресурсів робить безпосередній позитивний вплив на довгострокове збалансоване економічне зростання через зменшення кількості енергії на одиницю створеної продукції та скорочення попиту, а отже, і цін на енергетичні ресурси. За умов підвищення цін на

енергетичні ресурси вищі порівняльні переваги, а відтак – і міжнародна конкурентоспроможність у виробництві і країн з вищим рівнем енергоефективності [16]. У цьому контексті важливим інструментом удосконалення економічної політики енергоефективності та стимулювання споживачів до впровадження відповідних заходів і програм є законодавчі ініціативи. Відбулися значні позитивні зміни в чинному законодавстві, що регулює діяльність у сфері енергетики, виробництва та споживання електроенергії різними категоріями споживачів, зокрема, ухвалено закон для запровадження ринку зелених облігацій, підготовлено проект закону про енергетичну ефективність [36], розроблено низку законопроектів для стимулювання розвитку біоенергетики. Значним кроком є перегляд «Енергетичної стратегії України до 2035 року: безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» [37], та формулювання нової енергетичної стратегії. Цей крок обумовлений не лише необхідністю коригування стратегічних планів через недосягнення окремих проміжних результатів стратегії (1 етап реалізації стратегії – до кінця 2020 року), але й необхідністю корегуючих дій через приєднання України до Зеленої енергетичної угоди ЄС, розробку Концепції «зеленого» енергетичного переходу України до 2050 року, необхідність змін зелених тарифів та ін. Варто окремо відмітити діяльність в цьому напрямі Держенергоефективності. У 2020 році агенцією розроблено концепцію нової державної цільової програми з енергоефективності на 2022–2026 роки; розроблено ініціативу щодо створення Фонду декарбонізації – механізму залучення внесків від сплати податку на викиди CO₂; ініційовано розробку вимог до будівель з близьким до нульового рівнем енергоспоживання; підготовлено та внесено на розгляд Уряду проект Національного плану дій з енергоефективності на період до 2030 року із встановленням відповідних амбітних національних кінцевих та проміжних цілей; розпочато роботу над створенням системи гарантії походження енергії з відновлюваних джерел енергії; розробляється дорожня карта розвитку водневої енергетики в Україні [38].

За словами К. Гури, важливими результатами роботи Держенерго-ефективності у 2020 році є розробка законопроектів для спрощення процедур ЕСКО-закупівель; продовження програм теплих кредитів для населення, верифікація ефективності енергосервісу. За результатами аналізу 36 міст, реалізуючи 242 ЕСКО-договори, зекономили 4,3 млн. м³ газу або 60 млн. грн. на оплаті енергоносіїв протягом опалювального періоду 2019/2020 років. Середня річна економія склала 35%, що в 1,5 рази більше передбаченої ЕСКО-договорами (23%) [39].

Нова економічна політика енергоефективності повинна бути спрямована на налагодження координованої взаємодії різних суб'єктів задля досягнення економічної та соціальної ефективності використання енергетичних ресурсів. Це потребує досягнення балансу між економічною вигодою функціонування енергетичного комплексу та зростанням тарифно-цінового навантаження на споживачів.

Формування механізму економічної політики енергоефективності, вважаємо, повинно здійснюватися на засадах наступних найважливіших принципів та їх поєднання:

- ощадливого використання енергії;
- екологічної безпеки;
- гарантування забезпечення суб'єктів господарювання та домогосподарств країни енергетичними ресурсами у повному обсязі відповідно до їх потреб (у надзвичайних ситуаціях – принаймні у мінімально необхідному обсязі);

- пріоритетного використання відновлюваних джерел енергії;
- диверсифікації використання джерел енергії;
- використання економічних інструментів стимулювання розвитку паливно-енергетичного комплексу в регіонах;
- цілепокладання;
- ієрархії цілей та ін.

У процесі формулювання цілей механізму формування економічної політики енергоефективності варто враховувати економічні, соціальні та екологічні аспекти. При цьому варто виділити три основні рівні в ієрархії цілей:

1) базисний рівень – підтримка і підвищення захисних властивостей діючої системи енергопостачання з метою забезпечення задоволення базових потреб економіки та населення в енергетичних ресурсах;

2) другий рівень – стимулювання розвитку відновлюваної енергетики;

3) вищий рівень – формування зеленої циркулярної економіки, впровадження енергозберігаючих та енергоефективних технологій.

Науково-методичні принципи побудови механізму формування економічної політики енергоефективності, засновані на наступних вихідних положеннях: самостійності; партнерства; субсидіарності; мобільності; адаптивності (табл. 1).

Таблиця 1

Принципи побудови механізму
формування економічної політики енергоефективності

Проблеми / Стан забезпечення енергоефективності	Вимоги щодо енергоефективності	Принципи
Висока вартість енергоресурсів	Підтримка державних інвестицій, спрямованих на підвищення енергоефективності	Субсидіарність
Технологічні втрати енергії в мережах	Зниження втрат в мережах за рахунок адаптації системи управління до динамічних умов середовища	Адаптивність, мобільність
Відсутність або (нестача) власних джерел генерації енергії	Залучення зовнішніх джерел енергоресурсів регіонів	Партнерство, комплексність
Незадовільний стан енергетичної інфраструктури	Можливість впливу на структуру споживання енергоресурсів регіонів	Самостійність
Відсутність сировинної бази для розвитку традиційної енергетики	Залучення зовнішніх джерел енергетичних ресурсів	Партнерство, комплексність
Зменшення енергоємності економіки та зміна ставлення до споживання енергоресурсів з метою енергозбереження та підвищення енергоефективності	Достатність розвитку енергетичних технологій для забезпечення енергетичної безпеки	Гнучкість, пріоритетність, комплексність
Потенціал розвитку економіки стримується недостатнім рівнем енергетичного потенціалу	Розвиток енергетичного потенціалу	Збалансованість, комплексність

Продовження табл. 1

Підвищення ролі енергетичної безпеки та забезпечення соціально-економічного розвитку	Надання пріоритетності забезпечення енергетичної безпеки серед інших соціально-економічних цілей розвитку	Пріоритетність
--	---	----------------

Джерело: розроблено автором

Фактична реалізація цих принципів пов'язана з реалізацією органічного типу організації, що представляє собою поєднання використання формальних правил і процедур, високу самостійність і автономність структур, децентралізацію, гнучкість структури влади і невелику кількість рівнів ієрархії. Цей тип організації, що відноситься до адаптивних формувань, використовує проєктні та матричні структури управління: проєктні, які забезпечують управління конкретними діями, що мають пріоритетне значення для енергобезпеки регіону, матричні – використовуються для координації діяльності самостійних структур.

В основу механізму формування економічної політики енергоефективності має бути покладений процес ідентифікації контурів енергетичної безпеки на основі застосування процесного підходу як комплексу взаємопов'язаних та взаємоузгоджених управлінських дій. Механізм передбачає: підвищення енергоефективності та енергозбереження; розвиток і функціонування енергетичної інфраструктури; збалансований розвиток регіонів; забезпечення енергетичної безпеки регіонів (рис. 1). Реалізація складової/етапу управлінського механізму «підвищення енергоефективності та енергозбереження» стимулює «розвиток і функціонування енергетичної інфраструктури», що забезпечує широкий спектр можливостей сталого розвитку та сприяє підвищенню рівня енергетичної безпеки.

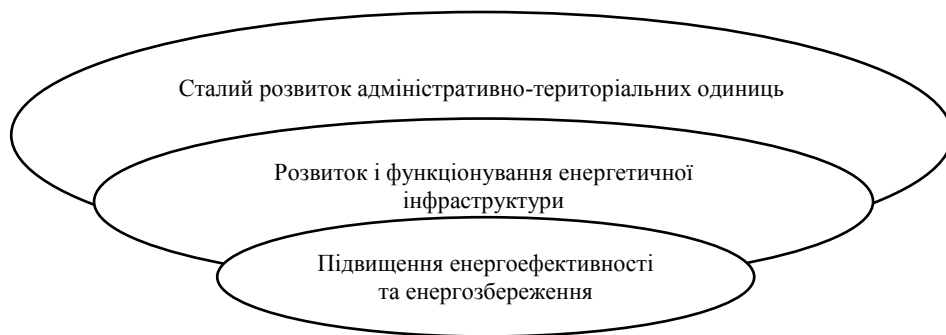


Рис. 1. Етапи побудови механізму формування економічної політики енергоефективності

Джерело: розроблено автором

Важливим моментом також є формування енергозберігаючого мислення і соціальної відповідальності суб'єктів.

З метою реалізації механізму формування економічної політики енергоефективності використовується процесний підхід, що передбачає поступове залучення до процесу організаційної, економічної, інституційно-правової та інфраструктурної складових (рис. 2).



Рис. 2. Механізм формування економічної політики енергоефективності

Джерело: розроблено автором

Роль інституційно-правової складової механізму полягає у створенні сприятливого нормативно-правового підґрунтя задля забезпечення енергозбереження, енергоефективності економіки, переходу на альтернативні джерела енергії тощо. Організаційна складова спрямована на побудову ефективних структур державного, регіонального і місцевого рівнів та дієвої системи взаємозв'язків

(комунікативної мережі) між ними для оптимального поєднання централізованого управління та місцевих (локальних) ініціатив. Економічна складова поєднує аспекти формування тарифів, зборів, пільг, забезпечення економічної доцільності виробництва, постачання та споживання енергії.

Окремо варто вказати на вирішальну роль для забезпечення енергоефективності взаємодії та партнерства учасників процесу виробництва, постачання та споживання енергії, а також органів місцевого самоврядування і державного управління. Прийняття управлінських рішень має бути побудовано за принципом колегіальності.

Сьогодні в регіонах України спостерігається дисонанс між зростанням попиту та інертністю пропозиції на енергетичні ресурси. Виникає певний дисонанс між необхідністю випереджаючого розвитку енергетичної інфраструктури та потребою розвитку нової, зеленої енергетики, заснованої на сучасних технічних, технологічних та організаційних засадах. Лише за рахунок скоординованих спільних зусиль та дій на місцевому, регіональному та державному рівнях можливо подолати цю проблему.

Відповідно, однією з головних передумов реалізації механізму формування економічної політики енергоефективності є забезпечення солідарної відповідальності регіональних органів державного управління та органів місцевого самоврядування, а також збалансованої взаємодії органів влади та суб'єктів господарювання з метою забезпечення належного стану енергетичної інфраструктури, обґрунтованого рівня тарифів на енергоресурси. Це положення щодо пріоритетної передумови реалізації механізму формування економічної політики енергоефективності полягає в забезпеченні ефективної співпраці суб'єктів управління на державному, регіональному та місцевому рівнях. Зазначене положення базується на аналізі діючої організаційно-економічної, адміністративно-організаційної, нормативно-правової, програмно-цільової та інформаційно-статистичної системи управління. Інституціональна відповідальність за підвищення енергоефективності полягає в усуненні диспаритету цін на енергоресурси, залежності більшості регіонів України від імпортних паливно-енергетичних ресурсів, низької ефективності споживання енергетичних ресурсів, суттєвого відставання нормативної бази, що визначає повноваження регіонів України в енергетичній сфері.

Сьогоднішні умови диктують необхідність формування рівних партнерських відносин між владою й наукою в реалізації різних проєктів і програм. Успішна співпраця сприятиме реалізації інноваційного потенціалу, поверненню престижності академічної науки, зміцненню довіри між владою і науково-освітньою сферою, яка є фундаментом ефективного розвитку економіки. Авторський підхід, на відміну від існуючих, побудований як на принципах забезпечення енергоефективності, так і на принципах інституційного партнерства, академічної свободи і автономії університетів. Він передбачає посилення ролі регіональних освітніх установ у забезпеченні енергетичної безпеки та енергоефективності, зокрема, через доповнення ключових функцій та завдань університетів; створення спеціальних конкурентоспроможних Центрів енергоаудиту та енергозбереження в ЗВО; реалізацію спеціальних бакалаврських та магістерських програм (в т.ч. програм подвійного диплому), програм підвищення кваліфікації у сфері енергоефективності та енергозбереження; посилення інституційної взаємодії між регіональними органами управління та місцевого самоврядування, суб'єктами бізнес-середовища регіону, ОСББ, територіальними громадами (в т.ч. об'єднаними), регіональними ЗВО та науково-дослідними установами.

Стратегічними цілями економічної політики енергоефективності мають стати:

- зниження рівня енергозалежності;
- розроблення та впровадження у промислове виробництво технологій трансформації енергії фотосинтезу;
- впровадження та подальший розвиток диверсифікації джерел та умов поставок енергоресурсів;
- скорочення споживання невідновлюваних паливно-енергетичних ресурсів;
- впровадження прогресивних технологій транспортування тепла від джерела до споживача;
- досягнення придатних рівнів надійності енергопостачання та енергетичної безпеки;
- зниження екологічного навантаження від діяльності підприємств енергетичного комплексу.

Висновки і перспективи подальших розробок. Отже, у статті запропоновано механізм формування економічної політики енергоефективності, уточнено принципи його побудови, мету, об'єкти і суб'єкти, визначені науково методичні засади побудови такого механізму. Стратегічні цілі економічної політики енергоефективності, вважаємо, полягають в наступному: підвищення рівня енергетичної незалежності національної економіки; зміна структури виробництва енергії на користь виробництва енергії з відновлюваних джерел; трансформація ринку постачання електроенергії з олігополістичного на конкурентний; промислове використання інноваційних технологій виробництва енергії (у т.ч. на основі фотосинтезу), а також її постачання споживачам; забезпечення необхідного рівня енергетичної безпеки; зниження рівня екологічного навантаження від діяльності підприємств енергетичного виробництва.

Подальші дослідження та розробки будуть спрямовані на аналіз регіональних програм енергозбереження та підвищення енергоефективності, визначення їх результативності та підготовку пропозицій щодо їх удосконалення.

Література

1. *Енергетична безпека України : методологія системного аналізу та стратегічного планування* : аналіт. доп. / О. М. Суходоля, Ю. М. Харазішвілі, Д. Г. Бобро, А. Ю. Сменковський, Г. Л. Рябцев, С. П. Завгородня; за заг. ред. О. М. Суходолі. Київ : НІСД, 2020. 178 с.
2. *Роль і місце української енергетики у світових енергетичних процесах*. Київ : Центр Разумкова, 2018. 90 с. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_ENERGY_PRINT.pdf (дата звернення: 01.04.2021).
3. *Досвід країн Євросоюзу з підвищення енергоефективності, енергоаудиту та енергоменеджменту з енергоощадності в економіці країн* / Відокремлений підрозділ «Науково-проектний центр розвитку об'єднаної енергетичної системи України» ДП «Національна енергетична компанія «Укренерго». Київ, 2017. 113 с.
4. Гелетука Г. Г., Железна Т. А., Праховнік А. К. *Аналіз енергетичних стратегій країн ЄС та світу і ролі в них відновлюваних джерел енергії*. Аналітична записка Біоенергетичної асоціації України. 2015. № 13. 35 с. URL: <http://www.uabio.org/img/files/docs/uabio-position-paper-13-ua.pdf> (дата звернення: 01.04.2021).
5. *Енергетична ефективність України. Крайні проектні ідеї. Проект «Професіоналізація та стабілізація енергетичного менеджменту в Україні»* / Уклад. : С. П. Денисюк, О. В. Коцар, Ю. В. Чернецька. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2016. 79 с.

6. Як українські підприємства можуть скоротити витрати енергії до 20 % : ініціатива «Мережі енергоефективності». 21.11.2019 / Платформа «Ecobusiness Group» : сайт. URL: <https://ecolog-ua.com/news/yak-ukrayinski-pidpryyemstva-mozhut-skorotyty-vytraty-energiyi-do-20-initsiatyva-merezhi> (дата звернення: 03.04.2021).
7. Беззуб І. Підвищення енергоефективності – запорука забезпечення енергетичної незалежності України / Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. URL: <http://nbuviar.gov.ua/index.php> (дата звернення: 03.04.2021).
8. Яснолоб І. О., Березницький Є. В., Радіонова Я. В. Енергоефективність та енергонезалежність як перспективні напрями розвитку інноваційних енергозберігаючих систем. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 47. С. 143–146. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure47-27>.
9. Kharazishvili, Y., Kwilinski, A., Sukhodolia, O., Dzwigol, H., Bobro, D., Kotowicz, J. The systemic approach for estimating and strategizing energy security : The case of Ukraine. *Energies*. 2021. 14. 2126. DOI: <https://doi.org/10.3390/en14082126>.
10. Суходоля О. М. Законодавче забезпечення та механізми управління у сфері енергетичної безпеки України. *Стратегічні пріоритети*. 2019. № 2 (50). С. 13–26.
11. Суходоля О. М. Проблеми визначення сфери регулювання енергетичної безпеки. *Стратегічні пріоритети*. 2019. № 1 (49). С. 5–17.
12. Жілен Д., Сайгін Д., Вагнер Н. *Перспективи розвитку відновлюваної енергетики в Україні до 2030 року* / Програма GIZ, IRENA, REMAP-2030. Абу-Дабі, 2015. 57 с. URL: https://saee.gov.ua/sites/default/files/UKR%20IRENA%20REMAP%20_%202015.pdf (дата звернення: 05.04.2021).
13. Зеркалов Д. В. *Енергозбереження в Україні* : монографія. Київ : Основа, 2012. 584 с.
14. Майсснер Ф., Науменко Д., Радеке Й. Підвищення енергоефективності в Україні : зменшення регулювання та стимулювання енергозбереження. Серія консультативних робіт [PP/01/2012] / Інститут економічних досліджень та політичних консультацій, Німецька консультативна група. Берлін/Київ, січень 2012. 30 с. URL: http://www.ier.com.ua/files/publications/Policy_papers/German_advisory_group/2012/PP_01_2012_ukr.pdf (дата звернення: 05.04.2021).
15. *Енергетична безпека України : оцінка та напрями забезпечення* / за ред. Ю. В. Продана, Б. С. Стогнія. НАН України, НТУУ «Київський політехнічний інститут ім. І. Сікорського». Київ, 2008. 400 с.
16. Петкова Л. Енергоефективність у міжнародних стратегіях економічного зростання. *Збірник наукових праць ЧДТУ*. Серія : Економічні науки. 2015. Вип. 39 (2). С. 186–192.
17. Petkova L., Palamarchuk D., Palamarchuk N. *Technological effects of european integration in the sustainable development context*. Proceedings of the 2st International Conference Contemporary Issues in Theory and Practice of Management 2018. Częstochowa : Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, 2018. Pp. 522–529.
18. Паламарчук Д. М., Байрак Н. О. Енергетична політика України в контексті євроінтеграції. *Забезпечення сталого розвитку України в контексті глобального партнерства* : монографія. Черкаси : ЧДТУ, 2019. С. 73–82.
19. *Правове регулювання енергозбереження в Європейському Союзі та в Україні* : монографія / за заг. ред. В. Г. Дідика. Київ, 2007. 165 с.
20. Паламарчук Д. М. Енергоефективність країн Центральної та Східної Європи в контексті розвитку Європейського енергетичного союзу. *Стратегія розвитку України*. 2018. № 2. С. 153–157.
21. Паламарчук Д. М., Паламарчук Н. О. Аналіз енергозберігаючої політики країн ЄС. *Регіональна економіка та управління*. 2020. № 4 (30). С. 82–88.
22. Бізониц Д. В. Європейський досвід державного управління енергоефективністю та енергозбереженням у житлово-комунальному господарстві : уроки для сучасної України. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. № 1 (95). С. 53–61.

23. Бубенко О. П. *Формування механізмів управління енергозбереженням у житлово-комунальному господарстві* : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством». Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України. Харків, 2015. 20 с.
24. Гевко Б. Р. *Організаційно-економічний механізм енергозбереження на підприємстві* : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Тернопіль, 2016. 20 с.
25. Гуч-Денисенко В. *Енергоефективність на виробництві : шлях України і досвід ЄС*. Економічна правда. 9 жовтня 2020 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/10/9/666084> (дата звернення: 07.04.2021).
26. Bretschger L. *Energy prices, growth and the channels in between : theory and evidence*. CER-ETH Centre of Economic Research at ETH Zurich. URL: https://www.wiwi.uni-siegen.de/vwl/research/kolloquium/dokumente_kolloquium/bretschger_energy_growth.pdf (access date: 07.04.2021).
27. *Green Economy in a Blue World* / United Nations Environment Programm (UNEP). URL: https://www.undp.org/content/dam/undp/library/Environment%20and%20Energy/Water%20and%20Ocean%20Governance/Green_Economy_Blue_Full.pdf (access date: 08.04.2021).
28. Cornillie J., Fankhauser S. *The energy intensity of transition countries* / European Bank for Reconstruction and Development : website. URL: <http://www.ebrd.com/downloads/research/economics/workingpapers/wp0072.pdf> (access date: 09.04.2021).
29. *Energy Policies of IEA Countries* / OECD iLibrary : website. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/energy/energy-policies-of-iea-countries_19900082 (access date: 09.04.2021).
30. Filippini M., Hunt L., Zoric J. Impact of energy policy instruments on the estimated level of underlying energy efficiency in the EU residential sector. *Energy Policy*. 2014. Vol. 69. Issue C. Pp. 73–81. DOI: 10.1016/j.enpol.2014.01.047.
31. *Green Paper – Towards a European strategy for the security of energy supply* / Commission of the European Communities. Brussels, 29.11.2000COM(2000) 769 final. 116 p. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/0ef8d03f-7c54-41b6-ab89-6b93e61fd37c/language-en> (access date: 12.04.2021).
32. *Implementation of the Circular Economy Action Plan* / European Commission : website. URL: https://ec.europa.eu/environment/strategy/circular-economy-action-plan_de (access date: 12.04.2021).
33. Lyons P. *EU Energy Policies towards the 21st Century*. A business intelligence report. June 1998. URL: <http://www.pikle.co.uk/eci/Energypolicies.Contents.pdf> (access date: 14.04.2021).
34. *Renewable Energy Prospects for the European Union* / The International Renewable Energy Agency (IRENA) : website. URL: https://www.irena.org/media/Files/IRENA/Agency/Publication/2018/Jan/IRENA_REmap_EU_preview_2018.pdf (access date: 14.04.2021).
35. *SWITCH to Green Facility* / The EU SWITCH to Green Flagship Initiative : A Gateway to Inclusive Green Economy. URL: <https://www.switchtogreen.eu/switch-to-green-facility> (access date: 15.04.2021).
36. *Проект Закону України «Про енергетичну ефективність»* № 4507 від 17 грудня 2020 р. URL: <http://w1.c1.rada.gov.ua> (дата звернення: 16.04.2021).
37. *Енергетична стратегія України до 2035 року : безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність* / Міністерство енергетики України : сайт. URL: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/doccatalog/list?currDir=50358> (дата звернення: 16.04.2021).
38. *Публічний звіт про підсумки діяльності Держенергоефективності у 2020 році*. Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України. Київ, 2021. 28 с. URL: https://saee.gov.ua/sites/default/files/ZVIT_SAE_2020_0.pdf (дата звернення: 19.04.2021).
39. *Енергоефективність та «зелена» енергетика – ключ до конкурентоздатної економіки та енергонезалежності громад* / Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/energoeffektivnist-ta-zelena-energetika-klyuch-do-konkurentozdatnoyi-ekonomiki-ta-energonezalezhnosti-gromad> (дата звернення: 19.04.2021).

References

1. Sukhodolya, O. M., Khazarishvili, Yu. M., Bobro, D. H. et al. (2020). *Energy security of Ukraine: the methodology of system analysis and strategic planning: analytical report* [Enerhetychna bezpeka Ukrainy: metodolohiia systemnoho analizu ta stratehichnoho planuvannia: analitychna dopovid], NISD, Kyiv, 178 s. [in Ukrainian]
2. *The role and place of Ukrainian energy in world energy processes* (2018) [Rol i mistse ukrainskoi enerhetyky u svitovykh enerhetychnykh protsesakh], Razumkov Tsentr, Kyiv, 90 s. Retrieved from: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_ENERGY_PRINT.pdf [in Ukrainian]
3. *The experience of EU countries in improving energy efficiency, energy audit and energy management in energy saving in the country's economy* (2017) [Dosvid krain Yevrosoiuzu z pidvyshchennia enerhoefektyvnosti, enerhoaudytu ta enerhomenedzhmentu z enerhooshchadnosti v ekonomitsi krain], A separate subdivision «Research and Design Center for the Development of the United Energy System of Ukraine» of the State Enterprise «National Energy Company» Ukrenergo», Kyiv, 113 s. [in Ukrainian]
4. Geletukha, G. G., Zheliezna, T. A., Prakhovnik, A. K. (2015). *Analysis of energy strategies of the EU countries and the world and the role of renewable energy sources in them* [Analiz enerhetychnykh stratehiy krain ES ta svitu i roli v nykh vidnovliuvanykh dzherel enerhii], Analitichna zapyska Bioenerhetychnoi asotsiatsii Ukrainy, No. 13, 35 s. Retrieved from: <http://www.uabio.org/img/files/docs/uabio-position-paper-13-ua.pdf> [in Ukrainian]
5. Denysyuk, S. P., Kotsar, O. V., Chernetska, Yu. V. (2016). *Energy efficiency of Ukraine. The best design ideas*. Project «Professionalization and stabilization of energy management in Ukraine» [Enerhetychna efektyvnist Ukrainy. Krashchi proektni idei. Proekt «Profesionalizatsiia ta stabilizatsiia enerhetychnoho menedzhmentu v Ukraini], Kyiv, National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», 79 s. [in Ukrainian]
6. *How Ukrainian enterprises can reduce energy costs by up to 20%* (2019) [Yak ukrainski pidpriemstva mozhut skorotyty vytraty enerhii do 20%], The Energy Efficiency Network initiative. Retrieved from: <https://ecolog-ua.com/news/yak-ukrayinski-pidpryyemstva-mozhut-skorotyty-vytraty-energiyi-do-20-iniciatyva-merezhi> [in Ukrainian]
7. Bezzub, I. (2018). *Improving energy efficiency – a guarantee of energy independence of Ukraine* [Pidvyshchennia enerhoefektyvnosti – zaporuka zabezpechennia enerhetychnoi nezalezhnosti Ukrainy], Tsentr doslidzhen sotsialnykh komunikatsii NBUV. Retrieved from: <http://nbuviap.gov.ua/index.php> [in Ukrainian]
8. Yasnolob, I. O., Bereznyskyy, Ye. V., Radionova, Ya. V. (2020). Energy efficiency and energy independence as promising directions of development of innovative energy saving systems [Enerhoefektyvnist ta enerhonezalezhnist yak perspektyvni napriamy rozvytku innovatsiinykh enerhozberihaiuchykh system], *Infrastruktura rynku*, Vyp. 47, s. 143–146. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct47-27> [in Ukrainian]
9. Kharazishvili, Y., Kwilinski, A., Sukhodolia, O., Dzwigol, H., Bobro, D., Kotowicz, J. (2021). The Systemic Approach for Estimating and Strategizing Energy Security: The Case of Ukraine. *Energies*, 14, 2126. DOI: <https://doi.org/10.3390/en14082126>.
10. Sukhodolya, O. M. (2019). Legislative support and management mechanisms in the energy security sphere of Ukraine [Zakonodavche zabezpechennia ta mekhanizmy upravlinnia u sferi enerhetychnoi bezpeky Ukrainy], *Stratehichni priorytety*, No. 2 (50), s. 13–26 [in Ukrainian]
11. Sukhodolya, O. M. (2019). Problems of determining the regulation sphere for energy security [Problemy vyznachennia sfery rehuliuвання enerhetychnoi bezpeky], *Stratehichni priorytety*, No. 1, s. 5–17 [in Ukrainian]
12. Zhilen, D., Saygin, D., Vagner, N. (2015). *The perspectives for development of renewable energy in Ukraine until 2030* [Perspektyvy rozvytku vidnovliuvanoi enerhetyky v Ukraini do 2030 roku], GIZ Programme, IRENA, REMAP-2030, Abu Dhabi, 57 s. Retrieved from: https://saee.gov.ua/sites/default/files/UKR%20IRENA%20REMAP%20_%202015.pdf [in Ukrainian]

13. Zerkalov, D. V. (2012). *Energy saving in Ukraine*: monograph [Enerhozberezhennia v Ukraini], Osnova, Kyiv, 584 s. [in Ukrainian]
14. Mayssner, F., Naumenko, D., Radeke, Y. (2012). *Improving energy efficiency in Ukraine: reducing regulation and stimulating energy conservation* [Pidvyshchennia enerhoefektyvnosti v Ukraini: zmenshennia rehuliuвання та stymuliuвання enerhozberezhennia], Serii konsultatyvnykh robot [PP/01/2012], Instytut ekonomichnykh doslidzen ta politychnykh konsultatsii, Nimetska konsultatyvna grupa, Berlin/Kyiv, 30 s. Retrieved from: http://www.ier.com.ua/files/publications/Policy_papers/German_advisory_group/2012/PP_01_2012_ukr.pdf [in Ukrainian]
15. Prodan, Yu. V., Stogniy, B. S. (eds.) (2008). *Ukraine energy security: assessment and providing approaches* [Enerhetychna bezpeka Ukrainy: otsinka ta napriamky zabezpechennia], NTUU «Kyivskiy politekhnichnyi instytut im. I. Sikorskoho», Kyiv, 400 s. [in Ukrainian]
16. Petkova, L. (2015). Energy efficiency in international economic growth strategies [Enerhoefektyvnist u mizhnarodnykh stratehiakh ekonomichnoho zrostantia], *Zbirnyk naukovykh prats ChDTU*. Serii: Ekonomichni nauky, Vyp. 39 (2), s. 186–192 [in Ukrainian]
17. Petkova, L., Palamarchuk, D., Palamarchuk, N. (2018). *Technological effects of european integration in the sustainable development context*. Proceedings of the 2st International Conference Contemporary Issues in Theory and Practice of Management 2018. Częstochowa: Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, pp. 522–529.
18. Palamarchuk, D. M., Bayrak, N. O. (2019). Energy policy of Ukraine in the context of European integration. *Ensuring sustainable development of Ukraine in the context of global partnership*: monograph. Ed. by L. O. Petkova, O. Yu. Berezina, I. H. Honcharenko [Enerhetychna polityka Ukrainy v konteksti yevrointehratsii. Zabezpechennia staloho rozvytku Ukrainy v konteksti hlobalnoho partnerstva: monohrafiia], ChSTU, Cherkasy, s. 73–82 [in Ukrainian]
19. Didyk, V. H. (ed.) (2007). *Legal regulation of energy saving in the European Union and Ukraine*: monograph [Pravove rehuliuвання enerhozberezhennia v Yevropeyskomu Soiuzi ta v Ukraini], Kyiv, 165 s. [in Ukrainian]
20. Palamarchuk, D. M. (2018). Energy efficiency of Central and Eastern Europe in the context of the European Energy Union [Enerhoefektyvnist krain Tsentralnoi ta Skhidnoi Yevropy v konteksti rozvytku Yevropeiskoho enerhetychnoho soiuzu], *Strategiia rozvytku Ukrainy*, No. 2, s. 153–157 [in Ukrainian]
21. Palamarchuk, D. M., Palamarchuk, N. O. (2020). Analysis of energy saving policy of the EU countries [Analiz enerhozberihaiuchoi polityky krain YES], *Rehionalna ekonomika ta upravlinnia*, No. 4 (30), s. 82–88 [in Ukrainian]
22. Bizonych, D. V. (2021). European experience of state management of energy efficiency and energy saving in housing and communal services: lessons for modern Ukraine [Yevropeiskyi dosvid derzhavnoho upravlinnia enerhoefektyvnistiu ta enerhozberezhenniam u zhytlovo-komunalnomu hospodarstvi: uroky dlia suchasnoi Ukrainy], *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, No. 1 (95), s. 53–61 [in Ukrainian]
23. Bubenko, O. P. (2015). *Formation of energy saving management mechanisms in housing and communal services*: dissertation abstract [Formuvannia mekhanizmiv upravlinnia enerhozberezhenniam u zhytlovo-komunalnomu hospodarstvi: avtoreferat dysertatsii kand. ekon. nauk], Naukovo-doslidnyi tsentr industrialnykh problem rozvytku NAN Ukrainy, Kharkiv, 20 s. [in Ukrainian]
24. Hevko, B. R. (2016). *Organizational and economic mechanism of energy saving at the enterprise*: dissertation abstract [Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm enerhozberezhennia na pidpriemstvi: avtoreferat dysertatsii kand. ekon. nauk], Ternopil, 20 s. [in Ukrainian]
25. Huch-Denysenko, B. (2020). *Energy efficiency in production: the path of Ukraine and the EU experience* [Enerhoefektyvnist na vyrobnytstvi: shliakh Ukrainy i dosvid YES], *Ekonomichna Pravda*, October 9, 2020. Retrieved from: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/10/9/666084> [in Ukrainian]

26. Bretschger, L. (2015). *Energy prices, growth and the channels in between: theory and evidence*. CER-ETH Centre of Economic Research at ETH Zurich. Retrieved from: http://www.wiwi.unisiegen.de/vwl/research/kolloquium/dokumente_kolloquium/bretschger_energy_growth.pdf.
27. *Green Economy in a Blue World*. United Nations Environment Programm (UNEP). Retrieved from: https://www.undp.org/content/dam/undp/library/Environment%20and%20Energy/Water%20and%20Ocean%20Governance/Green_Economy_Blue_Full.pdf.
28. Cornillie, J., Fankhauser, S. (2002). *The energy intensity of transition countries*. European Bank for Reconstruction and Development: website. Retrieved from <http://www.ebrd.com/downloads/research/economics/workingpapers/wp0072.pdf> 2002.
29. *Energy Policies of IEA Countries*. OECD iLibrary: website. Retrieved from: https://www.oecd-ilibrary.org/energy/energy-policies-of-iea-countries_19900082.
30. Filippini, M., Hunt, L., Zoric, E. (2014). Impact of energy policy instruments on the estimated level of underlying energy efficiency in the EU residential sector, *Energy Policy*, Vol. 69, Issue C, pp. 73–81. DOI: 10.1016/j.enpol.2014.01.047.
31. *Green Paper – Towards a European strategy for the security of energy supply*. Commission of the European Communities. Brussels, 29.11.2000COM(2000) 769 final, 116 p. Retrieved from: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/0ef8d03f-7c54-41b6-ab89-6b93e61fd37c/language-en>.
32. *Implementation of the Circular Economy Action Plan*. European Commission: website. Retrieved from: https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm.
33. Lyons, P. (1998). *EU Energy Policies towards the 21st Century*. A business intelligence report. Retrieved from: <http://www.pikle.co.uk/eci/EnergypPolicies.Contents.pdf>.
34. *Renewable Energy Prospects for the European Union*. The International Renewable Energy Agency (IRENA): website. Retrieved from: https://www.irena.org/media/Files/IRENA/Agency/Publication/2018/Jan/IRENA_REmap_EU_preview_2018.pdf.
35. *SWITCH to Green Facility*. The EU SWITCH to Green Flagship Initiative: A Gateway to Inclusive Green Economy. Retrieved from: <https://www.switchtogreen.eu/switch-to-green-facility>.
36. *Draft Law of Ukraine «On Energy Efficiency»*, No. 4507, 17.12.2020 [Proekt Zakonu Ukrainy «Pro enerhetychnu efektyvnist», No. 4507, 17.12.2020]. Retrieved from: <http://w1.c1.rada.gov.ua> [in Ukrainian]
37. *Energy Strategy of Ukraine until 2035: security, energoefficiency, competitiveness* [Enerhetychna stratehiia Ukrainy do 2035 roku: bezpeka, enerhoefektyvnist, konkurentospromozhnist], Ministerstvo enerhetyky Ukrainy: sait. Retrieved from: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/doccatalog/list?currDir=50358> [in Ukrainian]
38. *Public report on the results of the State Agency for Energy Efficiency in 2020* (2021). [Publichnyi zvit pro pidsumky diialnosti Derzhenerhoefektyvnosti u 2020 rotsi], Derzhavne ahentstvo z enerhoefektyvnosti ta enerhozberezhennia Ukrainy, Kyiv, 28 s. Retrieved from: https://saee.gov.ua/sites/default/files/ZVIT_SAEЕ_2020_0.pdf [in Ukrainian]
39. *Energy efficiency and «green» energy – the key to a competitive economy and energy independence of communities* [Enerhoefektyvnist ta «zelena» enerhetyka – kliuch do konkurentozdatnoi ekonomiky ta enerhonezalezhnosti hromad], Yedynyi veb-portal orhaniv vykonavchoi vlady Ukrainy. Retrieved from: <https://www.kmu.gov.ua/news/energoefektivnist-ta-zelena-energetika-klyuch-do-konkurentozdatnoyi-ekonomiki-ta-energonezalezhnosti-gromad> [in Ukrainian]

УДК 338.242.2

Вадим Валерійович ШВЕД

кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри бізнесу та права,
Вінницький соціально-економічний інститут Університету «Україна», Україна,
e-mail: osvita@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5497-0975>

КИТАЙСЬКА СИСТЕМА СОЦІАЛЬНОГО КРЕДИТУ: КЛЮЧОВІ ОСОБЛИВОСТІ ТА МОЖЛИВІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

Швед, В. В. Китайська система соціального кредиту : ключові особливості та можливість використання в Україні. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 41–53.

Анотація. У статті розглянуто ключові особливості запровадження та функціонування системи соціального кредиту (рейтингу), який є основним інструментом цифровізації китайського суспільства, а в майбутньому китайською владою розглядається як базовий механізм електронного урядування. Наведено історичну ретроспективу появи та розвитку явища соціального рейтингу, яке пізніше було трансформовано у соціальний кредит. Приділено увагу відмінностям у впровадженні та функціонуванні системи соціального кредиту залежно від регіональних особливостей. Визначено учасників системи соціального кредитування та основні механізми збору інформації для формування рівня соціального кредиту, зокрема, через обов'язкове використання спеціально розроблених ID-карт, а в останній час майже повсюдне використання верифікації за обличчям. Незважаючи на позицію китайської влади, згідно з якою використання системи соціального кредиту є вдалим, наведено ґрунтовий перелік недоліків та вад, що наразі властиві цій системі, як авторського, так і експертного характеру. Проаналізовано практику впровадження у повсякденне суспільне життя державного цифрового еко-середовища «Дія» (Держава і я), яке є ключовим інструментом побудови цифрової держави, а також функціональне наповнення еко-середовища (сервісу) «Дія», та його основні складники. Визначено базові недоліки, що наразі притаманні сервісу, зокрема, ключовому інструменту в умовах боротьби із коронавірусом – «Дій. Вдома», а також суперечливий характер пропонованої новації для бізнес-середовища «Дія. City». Вивчено особливості задекларованої новели взаємовідносин громадянина та держави – концепції «paperless». Піднімається питання унормування функціонування еко-середовища «Дія» в умовах анонсованого з 1 вересня 2021 року законодавчого запровадження концепції «paperless». Обґрунтовано висновок, що вже зараз в Україні запроваджуються базові механізми, які покладені в основу функціонування китайської системи соціального кредиту, зокрема, через інструменти верифікації громадян. На основі проведеного аналізу надано пропозиції щодо удосконалення функціоналу еко-середовища «Дія».

Ключові слова: соціальний рейтинг; система соціального кредиту; цифровізація; верифікація; «Дія».

Вадим Валерьевич ШВЕД

кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры бизнеса и права,
Винницкий социально-экономический институт Университета «Украина», Украина,
e-mail: osvita@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5497-0975>

КИТАЙСКАЯ СИСТЕМА СОЦИАЛЬНОГО КРЕДИТА: КЛЮЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ

Швед, В. В. Китайская система социального кредита : ключевые особенности и возможность использования в Украине. *Вестник социально-экономических исследований* : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2021. № 2 (77). С. 41–53.

Аннотация. В статье рассмотрены ключевые особенности внедрения и функционирования системы социального кредита (рейтинга), которая является основным инструментом цифровизации китайского общества, а в будущем китайскими властями рассматривается как базовый механизм электронного управления. Приведена историческая ретроспектива появления и развития явления социального рейтинга, которое позже было трансформировано в социальный кредит. Уделено внимание различиям во внедрении и функционировании системы социального кредита в зависимости от региональных особенностей. Определены участники системы социального кредита и основные механизмы сбора информации для формирования уровня социального кредита, в том числе, через обязательное использование специально разработанных ID-карт, а в последнее время, путем использования верификации по лицу. Несмотря на позицию китайских властей, согласно которой использование системы социального кредита является удачным, приведен перечень недостатков, которые сейчас свойственны этой системе, как авторского, так и экспертного характера. Проанализирована практика внедрения в повседневную общественную жизнь государственной цифровой эко-среды «Дия» (Государство (держава) и я), которая является ключевым инструментом построения цифрового государства, а также функциональное наполнение эко-среды (сервиса) «Дия» и ее основные составляющие. Определены базовые недостатки, которые сейчас присущи сервису, в частности, ключевому инструменту в условиях борьбы с коронавирусом – «Дия. Дома», а также противоречивый характер предлагаемой новации для бизнес-среды «Дия. Сіті». Изучены особенности задекларированной новеллы взаимоотношений гражданина и государства – концепции «paperless». Поднимается вопрос нормирования функционирования эко-среды «Дия» в условиях анонсированного с 1 сентября 2021 года законодательного внедрения концепции «paperless». Обоснован вывод, что уже сейчас в Украине вводятся базовые механизмы, которые положены в основу функционирования китайской системы социального кредита, в частности, инструменты верификации граждан. На основе проведенного анализа даны предложения по совершенствованию функционала эко-среды «Дия».

Ключевые слова: социальный рейтинг; система социального кредита; цифровизация; верификация; «Дия».

Vadym SHVED

PhD of Economics, Associate Professor, Department of Business and Law, Vinnytsia Institute of Economics and Social Sciences of University «Ukraine», Ukraine,
e-mail: osvita@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5497-0975>

CHINESE SOCIAL CREDIT SYSTEM: KEY FEATURES AND POSSIBILITY OF USING IN UKRAINE

Shved, V. (2021). Chinese social credit system: key features and possibility of using in Ukraine [Kytaiska systema sotsialnoho kredytu: ključovi osoblyvosti ta mozhlyvosti vykorystannia v Ukraini], *Socio-economic research bulletin, Visnik social'no-ekonomičnih doslidžen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (77), pp. 41–53.

Abstract. The article considers the key features of the social credit (rating) system implementation and functioning, which is the main tool for digitalization of Chinese society, and in the future is considered by the Chinese authorities as a basic mechanism of electronic government. The historical retrospective of the phenomenon of social rating emergence and development, which

was later transformed into social credit, is presented. Attention is paid to the differences in the implementation and functioning of the social credit system, depending on regional characteristics. The participants in the social credit system and the main mechanisms for collecting information for the social credit level formation, including through the mandatory use of specially designed ID-cards, and recently the almost widespread use of the verification for a person by face, have been determined. Despite the position of the Chinese authorities, according to which the use of the social credit system is successful, a list of shortcomings that are now inherent in this system, both of an author's and of an expert nature, is given. The practice of implementation the state digital eco-environment «Diia» (State and I), which is a key tool for building a digital state, as well as the functional content of the «Diia» eco-environment (service) and its main components, is analyzed. The basic shortcomings that are now inherent in the service are determined, in particular, the key tool in the fight against coronavirus – «Diia. Vdoma», as well as the controversial character of the proposed innovation for the business environment «Diia. City». The features of the declared novel of the relationship between the citizen and state – the concept of «paperless», are studied. The issue of regulation of the «Diia» eco-environment functioning is raised in the context of the legislative introduction of the concept of «paperless» announced on September 1, 2021. The conclusion is substantiated that the basic mechanisms are already being introduced in Ukraine, which form the basis for the Chinese social credit system functioning, in particular, through the tools of citizens' verification. On the basis of the analysis carried out, proposals are made to improve the functionality of the «Diia» eco-environment.

Keywords: social rating; social credit system; digitalization; verification; «Diia».

JEL classification: H100; M210; O520; O530

DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.2\(77\).2021.41-53](https://doi.org/10.33987/vsed.2(77).2021.41-53)

Постановка проблеми у загальному вигляді. Світова пандемічна криза, що вирує вже другий рік, спричиняє все більший розвиток мережі Web формату 4.0, запуск технології Starlink, постійне прискорення темпу життя, удосконалення алгоритмів штучного інтелекту, вулканоподібне накопичення обсягів Big Data, – всі ці чинники впливають як на рівень цифровізації суспільства та держави, так і на зміну ставлення громадян до обмеження власних прав.

Українські ковідні реалії чітко окреслили неспроможність держави працювати з власними громадянами. Якщо в питанні примітивного обліку хворих проблем було мало, то в питаннях відстеження соціальних зв'язків, пошуку джерел потрапляння вірусу в ті чи інші регіони, географічного прогнозування розповсюдження захворювання, держава продемонструвала власну неспроможність.

Чимало українських посадовців та лікарів відзначали вищенаведені питання та наголошували на необхідності збору більшого обсягу інформації про хворого, зокрема, не тільки чіткого встановлення родинного кола та кола спілкування, при чому найчастіше лише зі слів самого хворого, але і за допомогою інших, більш об'єктивних та актуальних джерел. Зокрема, така ситуація призвела до того, що відповідальність за непоширення хвороби переважно залежала від відповідальності та й навіть статків громадян. Офіційно було визначено, що людина з симптомами має сама попередити оточуючих, самоізолюватися, дотримуватися певних обмежень тощо. Зрозуміло, що якщо йдеться про тяжко захворілого колегу – такий алгоритм може і спрацювати, але коли ми говоримо про умовну людину, яка відвідала своїх родичів у сусідньому місті, а потім через тиждень захворіла на Ковід в легкій формі, то за зрозумілими причинами така людина навряд чи

самоізолюється або може навіть і не знати про контакт із хворими на коронавірус.

Вищенаведена проблема також змусила багатьох експертів та фахівців озвучувати у засобах масової інформації сумніви у релевантності відкритих статистичних даних.

Усі ці причини і змушують оцінити переваги та недоліки цифровізації суспільного життя, зокрема, звернути увагу на систему соціального кредиту, що запроваджена у Китаї.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питанням функціонування китайської системи соціального кредиту (соціального рейтингу) присвячено праці таких дослідників, як: С. Денайєр [1], Р. Персіанінов [2], Г. Ковальов [3], Р. Рувінський та А. Тарасов [4], А. Єлісеєва та Г. Лейфу [5], С. Хофман [6], Г. Костка [7], Дж. Макдональд [8], С. Г. Голубєва та В. К. Сугак [9], Р. Ботсмана [10], О. С. Тітова та Т. С. Веремієнко [11], В. В. Швед [12] та ін. Проте майже всі ці автори зосереджувалися переважно на технічному, економічному, соціальному чи політичному аспектах запровадження цієї системи у Китайській народній республіці. Можливість адаптації такої системи чи її складників до українських реалій майже не досліджувалася, хоча Міністр цифрової трансформації М. Федоров і цікавився взимку 2021 року ставленням громадськості до китайського досвіду [13].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проблематика цифровізації, яка є наріжним каменем розвитку сучасного суспільства активно досліджується лише протягом кількох останніх років. Більшість дослідників зосереджують свою увагу на питаннях розвитку цифрових еко-систем всередині певної країни, переважно залишаючи зарубіжний досвід поза увагою. Такій ситуації є логічне пояснення, оскільки майже не існує достатнього досвіду та успішних кейсів. Майже все, що втілюється – є новацією. Тому настільки важливою є акумуляція будь-якого успішного (або не дуже) досвіду для мінімізації можливих помилок, подолання суспільного спротиву, ефективного використання наявних ресурсів.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження китайської системи соціального кредиту (рейтингу) в контексті впровадження окремих її складників в українську практику, зокрема, через еко-середовище «Дія».

Виклад основного матеріалу дослідження. За повідомленнями багатьох ЗМІ з 1 січня 2021 року у Китайській народній республіці введено в дію новий Цивільний кодекс, який на загальнодержавному рівні унормував перехід від експериментального використання соціального кредиту на рівні окремих провінцій до загальнодержавної практики [14].

Проте, насправді хоча новий Цивільний кодекс і було прийнято, в ньому не міститься інформації щодо загальнодержавної легалізації та імплементації системи соціального кредиту (рейтингу), наявні новели здебільшого стосуються посилення захисту персональних даних, що повсюдно збираються у Китаї за допомогою вуличних камер та камер мобільних телефонів, а також через різноманітні мобільні аплікації [15].

В аналітичній доповіді, що підготовлена фахівцями Mercator Institute for China Studies зазначається, що у 2021 році будуть продовжуватися роботи щодо єдиної інформаційної екосистеми, законодавчого врегулювання терміну «соціальний кредит» та розробки закону «Про соціальну довіру» [16].

Взагалі проблематикою рейтингування власного населення та упровадження системи соціального управління китайська влада займається з 2014 року. Первинна ідея, що була покладена в основу системи соціального рейтингування, полягала в

тому, що всіх громадян держави будуть оцінювати на основі їх повсякденної поведінки, фінансового становища, порушень норм законодавства та правил поведінки компаній, покупок, а в майбутньому, навіть, і соціальних зв'язків. Необхідно зазначити, що вже на початку розробки системи соціального рейтингу (кредиту) основною передумовою її запровадження була необхідність чіткої ідентифікації конкретного громадянина в державних установах [17].

Зрозуміло, що за своєю суттю соціальний рейтинг є розвитком ідеї кредитного рейтингу, який є нормою для бізнесу вже багато років. Проте, оскільки проникнення банківських послуг у повсякденне життя 2000 років Китаю коливалося в межах 25–30%, то зрозумілими стають намагання влади охопити системою рейтингів якнайбільше власних громадян. Природньо, що в надзвичайно строкатому населенні Китаю за фінансовою ознакою, з переважаючою кількістю сільських мешканців та нерівномірним розселенням, кредити були доступні переважній меншості населення.

Експеримент соціального рейтингування розпочався з невеликої за китайськими мірками провінції Цзянсу (80 мільйонів населення) із одночасною можливістю екстраполяції на інші провінції країни. Первинно кожен мешканець провінції отримував умовну 1000 балів. Залежно від сумлінності виконання своїх громадянських обов'язків, дотримання фінансової дисципліни, законослухняності – бали або накопичувалися, або списувалися. Загалом, громадяни були розподілені на 4 категорії: А, В, С, D. Залежно від категорії і варіювалися привілеї чи обмеження кожного мешканця.

Поступово така політика рейтингування була поширена не тільки на дані державних установ, але і на приватні компанії. Так, до середини 2010-х в систему соціального рейтингу додавалися дані банківських установ, найбільших рітейлерів, інтернет-провайдерів. А сам експеримент було поширено і на інші провінції Китаю.

Варто відмітити, що система соціального рейтингування була з часом видозмінена у систему соціального кредиту, оскільки саме «кредитний» підхід якнайкраще відображав загальні механізми нарахування та списування балів, а географія поширення охопила й інші провінції держави.

Крім того, в кожній провінції правила нарахування, обліку, списання «балів» та моніторингу активності відрізняються. Звичайно, є спільні риси, зокрема, як вже зазначалося, всі китайські онлайн-продавці, як і органи державної влади, однозначно верифікують своїх клієнтів на основі спеціально розроблених ID-карт, які є обов'язковими до використання, а в останній час майже повсюдно додатково використовується верифікація за обличчям [3]. Проте, у випадках спілкування із державними структурами відмінності більш суттєві. Як приклад можна навести практику, що застосовується у м. Жунчен (провінція Шаньдун). Так, інформація щодо мешканців міста збирається майже із 150 державних установ, а загальна кількість параметрів, що враховуються, перевищує декілька тисяч. І вся ця діяльність автоматизована та активно використовуються технології штучного інтелекту. А у поселенні Цзякуан цієї ж провінції весь збір та обрахунок інформації проводять спеціальні працівники виключно на папері. Зрозуміло, що і кількість опрацьовуваних даних і кількість враховуваних параметрів не перевищує декількох десятків. Привілеї також значно відрізняються [9, с. 67].

Загалом досвід використання системи соціального кредиту китайською владою оцінюється як вдалий. Саме тому, на сьогодні система соціального кредиту запроваджена у більшості провінцій Китаю, але цій системі притаманні ключові

недоліки, які навіть в умовах комуністичного ладу та значної ролі держави, все ще не подолані після майже десяти років експериментів та удосконалень.

Серед основних недоліків існуючого підходу можна назвати такі: механізми нарахування рейтингу є не прозорими та апріорі не доступними для контролю та аналізу з боку громадськості; використовувані дані для формування рівня соціального кредиту є закритими чи то з боку юридичних осіб, чи то з боку державних органів, а їх адміністрування доволі часто порушує особисті права навіть з точки зору комуністичного Китаю; не можливо гарантувати доброчесність компаній, що за замовчуванням збирають такі дані; відсутня «комфортна впевненість» у безпеці зібраних даних та у належних умовах їх подальшого зберігання; фокусування рейтингу лише на громадянах Китаю; все більш коштовне адміністрування розпорошених систем збору, аналізу та зберігання даних, що необхідні для формування релевантного соціального рейтингу; монополістичний характер збору даних, оскільки більшість якісних програмних рішень щодо верифікації клієнтів та обробки подальших параметричних показників належить гігантам китайської IT-індустрії; використання системи соціального кредиту неминуче призведе до морального та професійного конфлікту особистості та колективу; рано чи пізно виникне конфлікт між державою та бізнесом, коли бажання отримувати прибутки та виконувати вказівки щодо неможливості продажу товарів або надання послуг громадянам із недостатнім соціальним рейтингом будуть суперечити один одному [12, с. 278].

Вищенаведені недоліки добре усвідомлюються керівництвом держави, про що свідчать ключові тези статистичного звіту фахівців Mercator Institute for China Studies. Зокрема зазначається, що система соціального кредиту має стати основою формування нової цифрової екосистеми управління на основі великих даних. Хоча практика управління на основі системи соціального кредиту і виправдала себе в умовах боротьби з пандемією коронавірусу, питання належного нормативно-законодавчого регулювання потребують подальшого вирішення; гнучкість та різноманітність підходів до обрахунку соціального рейтингу, з одного боку, є перевагою, а, з іншого, – створює надзвичайно дефрагментовану систему, в якій соціальний рейтинг мешканця провінції за своїм змістом значно відрізняється від рейтингу мешканця великого міста; взагалі не існує чіткого законодавчого визначення що ж таке соціальний кредит (рейтинг); вищезазначена дефрагментованість та різноманітність підходів до розрахунку рівня соціального кредиту підвищує ризик неадекватного та нерелевантного його використання з боку приватних компаній та державних органів; як це не парадоксально, але особливості розміщення населення Китаю призвели до того, що система соціального кредитування є найменш цифровізованим інструментом державного управління, адже великі обсяги інформації збираються та обробляються власноруч; наявність ручного адміністрування інформації створює відповідне підґрунтя для корупції [16]. Проте сам факт усвідомлення цих недоліків та пошук шляхів їх подолання є свідченням того, наскільки важливою є ця система для Китаю.

Тобто китайська влада в подальшому буде активніше удосконалювати систему соціального кредиту, буде розроблятися та удосконалюватися необхідне нормативно-правове регулювання, буде створена дорожня карта уніфікації підходів, методів та механізмів розрахунку соціального рейтингу по всій країні, робитимуться кроки щодо максимальної цифровізації системи соціального кредиту, тощо.

Все вищезазначене дозволяє погодитися із висновком дослідників С. Голубева та В. Сугака, згідно з яким дії керівництва Китаю щодо запровадження системи соціального кредиту є основою цифровізації китайського суспільства та соціальних відносин у ньому. Ба більше система соціального кредиту є наріжним каменем формування механізму електронного урядування [9, с. 73].

Перейдемо до аналізу можливості використання системи соціального кредиту в українських реаліях. Саме в останні роки відбулася основна цифровізація України. Так, було законодавчо унормовано відкритість державних даних та ресурсів, було створено Міністерство цифрової трансформації України, започатковано спеціальне державне цифрове еко-середовище «Дія» (Держава і я) тощо. Світова пандемія тільки підкреслила своєчасність та необхідність вищеназваних кроків.

Українською владою була озвучена амбітна ціль створити державу в смартфоні загалом, а, зокрема, до 2022 року вже 100% державних послуг можна буде отримувати онлайн. Утвердження парадигми цифрової держави неминуче призвело до необхідності вивчення аналогічного зарубіжного досвіду. За зразок приймалися найкращі світові практики, зокрема, особливу увагу було приділено досвіду Естонії – країни, яка першою провела онлайн-вибори та запровадила концепцію електронного резидентства. Проте, китайський досвід побудови цифрової держави залишився здебільшого поза увагою. Свідченням цього можуть слугувати слова, вже згадуваного Міністра цифрової трансформації М. Федорова, який з цікавістю звернув увагу на систему соціального кредиту, порівнюючи її із запровадженням гейміфікації у бізнесі [13].

Якщо проаналізувати український досвід побудови цифрової держави, то здебільшого він пов'язаний із розвитком еко-середовища «Дія». Її започаткування відбулося наприкінці 2019 року. Так, був наданий доступ зі смартфона до цифрового посвідчення водія та свідоцтва про реєстрацію транспортного засобу. Для отримання доступу потрібно було вже мати і водійські права та техпаспорт, а також необхідно було пройти ідентифікацію за допомогою системи BankID. Верифікація документів співробітниками поліції відбувалася за допомогою QR-коду, себто алгоритм був не дуже зручний. Уже навесні 2020 року було запущено портал цифрових державних послуг «Дія», на якому надавалося 27 державних послуг онлайн. Згодом у «Дії» з'явився електронний студентський квиток, електронна ID-карта, закордонний біометричний паспорт. Проте лише навесні 2021 року Верховна Рада України законодавчо унормувала можливість використання електронних документів через застосунок «Дія», причому повноцінне їх використання можливо лише з 23 серпня 2021 року. У травні 2021 року за допомогою «Дії» також було додано можливість отримати най захищеніший «Дія. Підпис», змінити посвідчення водія, зареєструвати місце проживання, створити або підписати е-петицію та інші новели.

Варто відзначити, що екосистема «Дія» складається не лише із застосунку та веб-порталу електронних державних послуг. До її складу входять ресурси: «Цифрова освіта», що створений як для отримання первинних цифрових навичок, так і для підвищення цифрових компетенцій вчителів, медиків, державних службовців та інших цільових категорій; «Дія. Бізнес» – спеціалізований портал допомоги бізнесу; «Гід з державних послуг» – переважно довідковий сервіс про послуги, які держава може надати своїм резидентам.

Також активно розробляється концепція «Дія. City» – екстериторіальної спеціальної економічної зони, та декларується, що резиденти «Дія. City» отримають

спеціальний пільговий податковий режим оподаткування виплат своїм співробітникам, фактично такий самий як рівень єдиного податку 3-ї групи, а також податок на виведений капітал замість податку на прибуток. Крім того, резидентам цієї зони пропонуються до використання GIG-контракти із співробітниками, які мають дати більшу свободу у взаєминах, ніж звичайні трудові договори.

Безумовно, еко-середовище «Дія» є актуальним та проривним українським сервісом, проте наразі розробники сфокусовані переважно на переведенні у цифру державних послуг для громадян, цифровізації дозвільних процедур та удосконаленні доступу до різноманітних державних реєстрів.

Справжнім порятунком для боротьби із поширенням коронавірусу в Україні сприймався сервіс «Дій. Вдома» розроблений спеціально для моніторингу самоізоляції осіб, що повернулись в Україну. Хоча не зрозуміло, чому практику його використання не було поширено і на тих українців, які хворіли у легкій формі, і мали знаходитися на самоізоляції.

На жаль, реалізація сервісу виявилася дуже суперечливою, зокрема: зареєструватися можливо було лише за українським номером телефону, що було доволі проблематично для іноземців; наявність часових лагів, коли код верифікації міг прийти і на наступний день, що доволі критично при перетині кордону; неможливість повторно пройти самоізоляцію за допомогою даного застосунку, якщо ви повторно повернулись в Україну; постійні проблеми із геолокацією фото, відомі ситуації коли в одних випадках «правильне» фото можна було зробити лише в одному місці квартири, а в інших – система спокійно реагувала на ситуацію, коли «самоізолювана особа» «сиділа на лавочці біля сусіднього під'їзду»; можливість припинення самоізоляції за умов здачі негативного тесту лише у вичерпному переліку лабораторій [18].

По суті за два роки був сформований абсолютно новий алгоритм спілкування держави та її громадян, а також держави і бізнесу. Але за цей період часу не вщухає і конструктивна критика. Так, мобільний додаток «Дія» звинуватили у «зливів» даних у вільний доступ. І хоча довести такий «злив» не вдалося, можновладцям довелося виправдовуватися, а популярності додатку це також не додало [19]. Періодичні звинувачення на адресу розробників стосовно незахищеності даних лунають і досі.

Крім того, професійна спільнота IT-індустрії у переважній більшості не сприймає концепцію «Дія. City», вживаючи активних кроків для неприйняття відповідного закону [20].

Також на адресу «Дії» періодично лунають обґрунтовані звинувачення щодо недоступності тих або інших послуг через проблеми із реєстрами, недосконалістю алгоритмів тощо. Так, у світі ніщо не може працювати безвідмовно, проте, що робити у випадку коли інформація у додатку недоступна, а скажімо, треба продемонструвати електронний паспорт?

Як вже зазначалося, портал та застосунок «Дія» переважно сконцентровані на послугах загальнодержавного рівня, причому послуги муніципального рівня залишаються здебільшого поза увагою. Це призводить до ситуації, коли кожна територіальна громада розробляє власні цифрові інструменти для надання послуг своїм мешканцям. Також, на сьогодні за допомогою «Дії» неможливо оформити, наприклад, ані субсидію – для цього необхідно реєструватися на сайті Міністерства соціальної політики, ані оформити пенсію – для цього необхідно реєструватися на спеціальному порталі Пенсійного фонду України, причому все одно існує висока вірогідність того, що певні документи доведеться надавати фахівцям особисто, тощо.

Така ситуація призводить до певного цифрового хаосу. З одного боку, є позиція Президента та діяльність профільного міністерства, а, з іншого, – реальність.

Крім того, наразі декларується концепція «paperless» та розробляється відповідний законопроект, за яким буде заборонено з 1 вересня 2021 року органам державної влади України вимагати паперові документи або довідки у громадян, якщо необхідна інформація є в державних реєстрах [21].

Проте така заборона сама по собі може створити лише додаткові проблеми. Яскравим прикладом є реєстр ліцензій суб'єктів освітньої діяльності. З одного боку, вся необхідна інформація є у вільному доступі, а, з іншого, – спосіб її донесення до невідповідного споживача є складним та незрозумілим. Також варто не забувати, що державним та місцевим органам влади ще довго не вистачить фінансування для розробки спеціального програмного забезпечення, яке б дозволило формувати відповідні архівні справи з активними посиланнями на інформацію з реєстрів, а тому, завірені відповідним чином паперові копії ще довго будуть нашими супутниками. Крім того, розроблюваний законопроект стосується лише органів державної влади, а бізнес-середовище має право й далі працювати не звертаючи увагу на озвучену концепцію «paperless».

Враховуючи вищевикладене, профільному міністерству варто приділити увагу уніфікації системи подання інформації з державних реєстрів кінцевому споживачу, приділивши максимальну увагу її адаптації для пересічних громадян та розробивши максимально дружній та зрозумілий спосіб відображення такої інформації.

Але найголовнішим питанням, яке експертне середовище ставить розробникам, є те, навіщо взагалі потрібна «Дія». Так, якщо буде прийнято вищенаведений законопроект, і органам державної влади України буде заборонено вимагати паперові документи або довідки у громадян, якщо необхідна інформація є в державних реєстрах, то не зрозуміло навіщо потрібна частина функціоналу застосунку. І для чого було прийнято закон згідно з яким електронні паспорти у «Дії» зможуть застосовуватися на рівні із паперовими документами [22]. Тобто законодавчо створюється ситуація, коли можна назвати будь-яку інформацію, яка дозволяє чітко ідентифікувати особу у відповідному реєстрі (чи то індивідуальний податковий номер, чи то серія та номер паспорта, чи то прізвище та ім'я й дата народження) і представник держави повинен не вимагати посвідчення особи, а самостійно перевірити надану інформацію у відповідному реєстрі та ідентифікувати особу.

Вищенаведене дозволяє стверджувати, що наразі в Україні запроваджуються базові механізми, які покладені в основу функціонування китайської системи соціального кредиту. Необхідність чіткої ідентифікації клієнта через безумовний доступ до відповідних державних реєстрів дала змогу побудувати алгоритми аналізу діяльності громадян, а використання штучного інтелекту на основі великих статистичних даних, дозволило зрештою реалізувати ідею соціального кредиту в Китаї. І хоча у статті наведені притаманні системі соціального кредиту переваги та недоліки, політична воля керівництва є незмінною. Система буде максимально запроваджена на загальнодержавному рівні у найкоротші строки.

Зазначене може сприйматися доволі загрозливо та контрверсійно. Тому для уникнення наведеного сценарію необхідно чіткіше конкретизувати призначення еко-середовища «Дія», більш прозоро та логічно виписати її функціонал:

– Перш за все необхідно позбутися існуючої практики, за якою спочатку створюється певний функціонал, а вже через деякий час під нього розробляється нормативно-правова база. Фахові дискусії, що супроводжують нормотворчість,

дадуть змогу прибрати більшість юридичних колізій та дозволять сформувати громадську думку, що ґрунтується на потребах суспільства саме тут і саме зараз.

- Варто не намагатися оцифрувати всі державні послуги, а приділити увагу більш затребуваним та нагальним.

- Необхідно мінімізувати ситуацію, за якою цифрові послуги вже функціонують, але повноцінно отримати їх неможливо.

- Наполягаючи на упровадженні концепції «paperless» необхідно провести ревізію всієї законодавчо-нормативної бази і вже на момент прийняття відповідного закону унеможливити ситуацію, за якої до ID-карти необхідно додавати паперову довідку про місце реєстрації або коли нотаріуси зобов'язані зберігати паперові копії довідки про присвоєння індивідуального податкового номера, хоча ця інформація і нанесена на ID-карту тощо.

- Фокусування на найбільш затребуваних державних послугах дасть змогу оперативно удосконалювати функціонал і унеможливить вищезазначений випадок із сервісом «Дій. Вдома».

- Варто залучати громадськість до моделювання того чи іншого функціоналу. Цифровізація тих або інших державних послуг не є доцільною, якщо послуга за своєю суттю є незрозумілою для громадян. Постійна комунікація із суспільством ще на етапі моделювання дасть змогу прогнозовано скоротити як перелік відомостей, що збирає держава для сотень реєстрів, так і оптимізувати алгоритми надання послуг.

- Концентруючись на послугах державного рівня, варто не залишати поза увагою рівень місцевий.

І останнє, але найголовніше, розвиваючи еко-середовище «Дія», необхідно вибудувати системи захисту персональних даних та приватності громадян України, оскільки безумовний доступ представників влади до державних реєстрів значно підвищить корупційні ризики та ризики недоброчесності. Як приклад, варто вже зараз приділити увагу розробці системи миттєвого інформування громадян за допомогою тих самих СМС, якщо надається інформація з реєстрів, яка стосується громадянина особисто.

Висновки і перспективи подальших розробок. Проведений аналіз свідчить про те, що система соціального кредиту, започаткована в Китаї близько 10 років тому, стає базою для побудови електронного урядування. Визначені підходи до рейтингування власних громадян є виправданими за умов комуністичного ладу, проте наразі абсолютно не сприймаються демократичною спільнотою. Наведені десятки недоліків, з одного боку, доводять нежиттєздатність системи через її надзвичайно високу економічну вартість та базові управлінські протиріччя, але, з іншого, – доводять незламність політичної волі. Крім того, підкреслено, що сама ідея соціального рейтингування базується на безумовній ідентифікації кожного громадянина країни.

Аналіз українського досвіду побудови цифрової держави свідчить про невпинний розвиток електронного урядування, проте його супроводжують багато помилок та хиб. Неможливо не відзначити значні успіхи, проте флагманське еко-середовище «Дія», що покликане стати базою досі не сприймається більшістю населення та представниками бізнесу. Вивчення ключових експертних зауважень до середовища «Дія» дозволило сформулювати ключові пропозиції щодо його удосконалення.

Контроверсійний висновок щодо схожості підходу до безумовної ідентифікації клієнта, що покладені в основу китайської системи соціального

кредиту та українського еко-середовища «Дія» потребує більш ґрунтового вивчення на основі аналізу шляхів подальшого розвитку зазначених систем.

Література

1. Denyer S. *China wants to give all of its citizens a score – and their rating could affect every area of their lives* / Independent : website. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/asia/china-surveillance-big-data-score-censorship-a7375221.html> (access date: 10.05.2021).
2. Персианинов Р. «Механизмы поощрения и наказания» : как в Китае устроена экспериментальная система оценок граждан и компаний / Платформа «TJournal» : сайт. URL: <https://tjournal.ru/67888-mehanizmy-pooshchreniya-i-nakazaniya-kak-v-kitae-ustroena-eksperimentalnaya-sistema-ocenok-grazhdan-i-kompaniy> (дата обращения: 05.05.2021).
3. Ковалев Г. *Верификация пользователей в Китае и социальный кредит*. URL: <https://habr.com/ru/post/471302> (дата обращения: 10.05.2021).
4. Рувинский Р. З., Тарасов А. А. «Система социального кредита» : исторические предпосылки и доктринальные основания феномена. *Национальная безопасность* / nota bene. 2020. № 3. С. 72–88. DOI: 10.7256/2454-0668.2020.3.33021.
5. Елисеєва А. Д., Лейфу Г., Беспалько А. А., Курбатов Д. С. Система социального кредита как инструмент информационной поддержки для современной меритократии. *Systems and Management*. 2019. № 1 (4). С. 195–205.
6. Hoffman S. Managing the State: Social Credit, Surveillance and the CCP's Plan for China. *China Brief*. 2017. № 17 (11). Pp. 21–26.
7. Kostka G. China's social credit system and public opinion : Explaining high levels of approval. *New media and society*. 2019. Vol. 21 (7). Pp. 1565–1593.
8. McDonald J. Millions in China Penalized Under Communist's "Social Credit" System / *Insurance Journal* : website. February 25, 2019. URL: <https://www.insurancejournal.com/news/international/2019/02/25/518567.htm> (access date: 10.05.2021).
9. Голубев С. Г., Сугак В. К. Система общественного доверия как инструмент управления цифровым обществом : китайский опыт. *Журнал Белорусского государственного университета. Социология*. 2019. № 4. С. 62–74. URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/241052/1/62-74.pdf> (дата обращения: 08.05.2021).
10. Botsman R. *Big data meets Big Brother as China moves to rate its citizens* / Wired : website. URL: <http://www.wired.co.uk/article/chinese-government-social-credit-score-privacy-invasion> (access date: 01.05.2021).
11. Тітова О. С. *Особенности внедрения системы социального рейтинга в Китае*. Китайська цивілізація : традиції та сучасність : матеріали Міжнар. конф. (Київ, 26 вересня 2017 р.). Київ : КНЕУ, 2017. URL: <https://sinologist.com.ua/wp-content/uploads/2017/11/Titova.pdf> (дата звернення: 08.05.2021).
12. Швед В. В. Доверие – психологическая категория или экономическая ценность? *Проблемы экономики*. 2018. № 1. С. 274–279.
13. Публікація Міністра цифрової трансформації України М. Федорова. URL: https://www.instagram.com/p/CJyAiKzHUfD/?utm_source=ig_web_copy_link (дата звернення: 18.05.2021).
14. Данильченко К. *Дивний новий світ : як Китай маркує громадян і іноземних партнерів соціальним рейтингом* / Портал «The page» : сайт. URL: <https://thepage.ua/ua/companies-and-markets/kitaj-rozdilit-gromadyan-i-biznes-partneriv-na-horoshih-i-poganih> (дата звернення: 18.05.2021).
15. *China's first Civil Code comes into force, a safeguard for private rights* / Global Times : website. URL: <https://www.globaltimes.cn/page/202101/1211554.shtml> (access date: 18.05.2021).

16. Drinhausen K., Brussee V. *China's Social Credit System in 2021 : From fragmentation towards integration* / Mercator Institute for China Studies (MERICS) : website. URL: <https://merics.org/en/report/chinas-social-credit-system-2021-fragmentation-towards-integration#6-the-road-ahead-for-social-credit-5368> (access date: 19.05.2021).
17. *China to bar people with bad «social credit» from planes, trains* / Reuters : website. URL: <https://www.reuters.com/article/us-china-credit/china-to-bar-people-with-bad-social-credit-from-planes-trains-idUSKCN1GS10S> (access date: 19.05.2021).
18. Журналисты назвали 5 основных проблем приложения «Дій.Вдома». URL: https://petrimazepa.com/zhurnalisty_nazvali_5_osnovnykh_problem_prilozheniya_diyvdoma (дата звернення: 20.05.2021).
19. Додаток «Дія» звинуватили у «зливів» персональних даних українців. Влада заперечує / BBC News-Україна : website. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-52636988> (дата звернення: 20.05.2021).
20. Гетьман О. Що не так з «Дія City» / AIN.UA : сайт. URL: <https://ain.ua/2020/11/18/dia-city> (дата звернення: 20.05.2021).
21. Публікація Міністра цифрової трансформації України М. Федорова. URL: <https://t.me/zedigital/582> (дата звернення: 21.05.2021).
22. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про Єдиний державний демографічний реєстр та документи, що підтверджують громадянство України, посвідчують особу чи її спеціальний статус» № 1368-IX від 30.03.2021 р. Верховна Рада України : офіційний веб-портал. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=70393 (дата звернення: 21.05.2021).

References

1. Denyer, S. *China wants to give all of its citizens a score – and their rating could affect every area of their lives*. Independent: website. Retrieved from: <https://www.independent.co.uk/news/world/asia/china-surveillance-big-data-score-censorship-a7375221.html>.
2. Persianinov, R. «Mechanisms of reward and punishment»: how an experimental system of assessments of citizens and companies is arranged in China [Mekhanizmy pooshchreniya i nakazaniya: kak v Kitae ustroena eksperimentalnaya sistema otsenok grazhdan i kompaniy], Platform «TJournal». Retrieved from: <https://tjournal.ru/67888-mekhanizmy-pooshchreniya-i-nakazaniya-kak-v-kitae-ustroena-eksperimentalnaya-sistema-ocenok-grazhdan-i-kompaniy> [in Russian]
3. Kovalev, G. *Users verification in China and social credit* [Verifikatsiya polzovateley v Kitae i sotsialnyy kredit]. Retrieved from: <https://habr.com/ru/post/471302> [in Russian]
4. Ruvinskiy, R. Z., Tarasov, A. A. (2020). «The system of social credit»: historical background and doctrinal foundations of the phenomenon [Sistema sotsialnogo kredita: istoricheskie predposylki i doktrinalnye osnovaniya fenomena], *Natsionalnaya bezopasnost* / nota bene, No. 3, s. 72–88. DOI: 10.7256/2454-0668.2020.3.33021 [in Russian]
5. Eliseeva, A. D., Leyfu, G., Bepalko, A. A., Kurbatov, D. S. (2019). System of social credit as an instrument of information support for modern meritocracy [Sistema sotsialnogo kredita kak instrument informatsionnoy podderzhki dlya sovremennoy meritokratii], *Systems and Management*, No. 1 (4), s. 195–205 [in Russian]
6. Hoffman, S. (2017). Managing the State: Social Credit, Surveillance and the CCP's Plan for China. *China Brief*, No. 17 (11), s. 21–26.
7. Kostka, G. (2019). China's social credit system and public opinion: Explaining high levels of approval. *New media and society*, Vol. 21 (7), s. 1565–1593.
8. McDonald, J. (2019). Millions in China Penalized Under Communist's «Social Credit» System. *Insurance Journal*: website. Retrieved from: <https://www.insurancejournal.com/news/international/2019/02/25/518567.htm>.
9. Golubev, S. G., Sugak, V. K. (2019). The public trust system as a tool for managing a digital society: the Chinese experience [Sistema obshchestvennogo doveriya kak instrument

- upravleniya tsifrovym obshchestvom: kitayskiy opyt], *Zhurnal Belorusskogo gosudarstvennogo unyversyteta, Sotsiologiya*, No. 4, s. 62–74. Retrieved from: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/241052/1/62-74.pdf> [in Russian]
10. Botsman, R. *Big data meets Big Brother as China moves to rate its citizens*. Wired: website. Retrieved from: <http://www.wired.co.uk/article/chinese-government-social-credit-score-privacy-invasion>.
 11. Titova, O. S. (2017). *Features of the social rating system implementation in China* [Osoblyvosti vprovadzhennia systemy sotsialnoho reitynhu v Kytai], *Kytaiska tsyvilizatsiia: tradytsii ta suchasnist: materialy mizhnarodnoi konferentsii*, KNEU, Kyiv. Retrieved from: <https://sinologist.com.ua/wp-content/uploads/2017/11/Titova.pdf> [in Ukrainian]
 12. Shved, V. V. (2018). Trust – a psychological category or an economic value? [Doverie – psikhologicheskaya kategoriya ili ekonomicheskaya tsennost?], *Problemy ekonomiki*, No. 1, s. 274–279 [in Russian]
 13. *Publication of the Minister of Digital Transformation of Ukraine M. Fedorov* [Publikatsiia Ministra tsifrovoi transformatsii Ukrainy M. Fedorova]. Retrieved from: https://www.instagram.com/p/CJyAiKzHUfD/?utm_source=ig_web_copy_link [in Ukrainian]
 14. Danylchenko, K. *A strange new world: how China marks citizens and foreign partners with a social rating* [Dyvnyi novyi svit: yak Kytai markuie hromadian i inozemnykh partneriv sotsialnym reitynhom]. Portal «The page»: sait. Retrieved from: <https://thepage.ua/ua/companies-and-markets/kitaj-rozdilit-gromadyan-i-biznes-partneriv-na-horoshih-i-poganih> [in Ukrainian]
 15. *China's first Civil Code comes into force, a safeguard for private rights*. Global Times: website. Retrieved from: <https://www.globaltimes.cn/page/202101/1211554.shtml>.
 16. Drinhausen, K., Brussee, V. *China's Social Credit System in 2021: From fragmentation towards integration*. Mercator Institute for China Studies (MERICS): website. Retrieved from: <https://merics.org/en/report/chinas-social-credit-system-2021-fragmentation-towards-integration#6-the-road-ahead-for-social-credit-5368>.
 17. *China to bar people with bad «social credit» from planes, trains*. Reuters: website. Retrieved from: <https://www.reuters.com/article/us-china-credit/china-to-bar-people-with-bad-social-credit-from-planes-trains-idUSKCN1GS10S>.
 18. *Journalists named 5 main problems of the application «Diy. Home»* [Zhurnalisty nazvali 5 osnovnykh problem prilozheniya «Diy. Vdoma»]. Retrieved from: https://petrimazepa.com/zhurnalisty_nazvali_5_osnovnykh_problem_prilozheniya_diyvdoma [in Russian]
 19. *Appendix «Diia» was accused of «showering» the personal data of Ukrainians. Authorities deny* [Dodatok «Diia» zvinuvatyly u «zlyvi» personalnykh dannykh ukrainsiv. Vlada zaperechuie], BBC News-Ukraine: website. Retrieved from: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-52636988> [in Ukrainian]
 20. Getman, O. (2020). *What's wrong with «Diya. City»?* [Shcho ne tak z «Diia Siti»], AIN.UA: sait. Retrieved from: <https://ain.ua/2020/11/18/dia-city> [in Ukrainian]
 21. *Publication of the Minister of Digital Transformation of Ukraine M. Fedorov* [Publikatsiia Ministra tsifrovoi transformatsii Ukrainy M. Fedorova]. Retrieved from: <https://t.me/zedigital/582> [in Ukrainian]
 22. *Draft Law on amendments to the Law of Ukraine «On the Unified State Demographic Register and documents proving citizenship of Ukraine, identifying a person or his special status»*, No. 1368-IX, 30.03.2021 [Proekt Zakonu pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy «Pro Yedynyi derzhavnyi demohrafichnyi reiestr ta dokumenty, shcho pidtverdzhuiut hromadianstvo Ukrainy, posvidchuiut osobu chy yii spetsialnyi status, No. 1368-IX, 30.03.2021], Verkhovna Rada Ukrainy: ofitsiyni vebportal. Retrieved from: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=70393 [in Ukrainian]



***ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА***

УДК 331.5-053.81

Тетяна Петрівна ЗБРИЦЬКА

кандидат економічних наук, доцент кафедри управління персоналом і економіки праці, Одеський національний економічний університет, Україна,
e-mail: s.t.p._@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3558-1795>

Владислав Сергійович МІНІН

аспірант кафедри управління персоналом і економіки праці, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: vlad.under.minin97@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6928-0766>

ПРОБЛЕМИ МОЛОДІ НА РИНКУ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Збрицька, Т. П., Мінін, В. С. Проблеми молоді на ринку праці в сучасних умовах. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 55–65.

Анотація. У статті досліджено сучасний стан зайнятості молоді на ринку праці. Мета статті полягає у розгляді сегменту молоді на ринку праці, дослідженні динаміки зайнятості молоді за останні роки та розробці пропозицій щодо вдосконалення стану зайнятості молоді в Україні. Проаналізовано сучасні тенденції зайнятості та безробіття молоді на ринку праці. У процесі аналізу були використані такі методи наукового дослідження, як аналіз та синтез, порівняння та узагальнення, що дало можливість забезпечити валідність дослідження. Результати аналізу питань молодіжної зайнятості дозволили визначити основні проблеми, з якими стикається молодь при працевлаштуванні на роботу (специфічні проблеми на молодіжному сегменті ринку праці), а саме: недосконалість нормативно-правової бази, яка регулює трудові відносини; молоді люди після навчального закладу не можуть реалізувати свої вміння та навички на практиці; дисбаланс в професійно-кваліфікаційній структурі пропозиції робочої сили, що не відповідає попиту на ринку праці; відсутність у молодих людей професійного досвіду; гендерна нерівність за статтю та віком; трудова міграція через неконкурентоспроможність заробітної плати в Україні порівняно з оплатою праці в Європі. Для системного вирішення проблем ринку праці молоді необхідно вдосконалити діючий механізм підвищення рівня зайнятості молоді, завдяки чому з'явиться новий імпульс для розвитку економіки України. Запропоновано основні напрямки вдосконалення державного регулювання молодіжного сегменту ринку праці України, а саме: створення ефективної взаємодії між державними органами зайнятості, сферами бізнесу та освіти. Покращення й системна реалізація механізму підвищення зайнятості молоді дозволить зменшити відтік робочої сили за кордон та забезпечити конкурентоспроможність національної економіки у довгостроковій перспективі.

Ключові слова: молодь; зайнятість; ринок праці; сфера праці й зайнятості; трудовий потенціал; економіка.

Татьяна Петровна ЗБРИЦКАЯ

кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда, Одесский национальный экономический университет, Украина,
e-mail: s.t.p._@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3558-1795>

Владислав Сергеевич МИНИН

аспирант кафедри управління персоналом і економіки труда,
Одеський національний економічний університет,
Україна, e-mail: vlad.under.minin97@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6928-0766>

**ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖИ НА РЫНКЕ ТРУДА
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Збрицкая, Т. П., Минин, В. С. Проблемы молодёжи на рынке труда в современных условиях. *Вестник социально-экономических исследований* : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2021. № 2 (77). С. 55–65.

Аннотация. В статье исследовано современное состояние занятости молодежи на рынке труда. Цель статьи заключается в рассмотрении сегмента молодежи на рынке труда, исследовании динамики занятости молодежи за последние годы и разработке предложений по совершенствованию состояния занятости молодежи в Украине. Проанализированы современные тенденции занятости и безработицы молодежи на рынке труда. В процессе анализа были использованы такие методы научного исследования, как анализ и синтез, сравнение и обобщение, что позволило обеспечить валидность исследования. Результаты анализа вопросов молодежной занятости позволили определить основные проблемы, с которыми сталкивается молодежь при трудоустройстве на работу (специфические проблемы на молодежном сегменте рынка труда), а именно: несовершенство нормативно-правовой базы, которая регулирует трудовые отношения; молодые люди после учебного заведения не могут реализовать свои умения и навыки на практике; дисбаланс в профессионально-квалификационной структуре предложения рабочей силы, что не соответствует спросу на рынке труда; отсутствие у молодых людей профессионального опыта; гендерное неравенство по полу и возрасту; трудовая миграция из-за неконкурентоспособности заработной платы в Украине по сравнению с оплатой труда в Европе. Для системного решения проблем рынка труда молодежи необходимо усовершенствовать действующий механизм повышения уровня занятости молодежи, благодаря чему появится новый импульс для развития экономики Украины. Предложены основные направления совершенствования государственного регулирования молодежного сегмента рынка труда Украины, а именно: создание эффективного взаимодействия между государственными органами занятости, сферами бизнеса и образования. Улучшение и системная реализация механизма повышения занятости молодежи позволит уменьшить отток рабочей силы за границу и обеспечить конкурентоспособность национальной экономики в долгосрочной перспективе.

Ключові слова: молодь; зайнятість; ринок праці; сфера праці й зайнятості; трудовий потенціал; економіка.

Tetyana ZBRYTSKA

PhD in Economics, Associate Professor of Personnel Management and
Labor Economics Department, Odessa National Economic University, Ukraine,
e-mail: s.t.p._@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3558-1795>

Vladislav MININ

Postgraduate Student of Personnel Management and Labor Economics Department,
Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: vlad.under.minin97@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6928-0766>

PROBLEMS OF YOUTH IN THE LABOR MARKET IN MODERN CONDITIONS

Zbrytska, T., Minin, V. (2021). Problems of youth in the labor market in modern conditions [Problemy molodi na rynku pratsi v suchasnykh umovakh], *Socio-economic research bulletin, Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (77), pp. 55–65.

Abstract. The article investigates a modern state of youth employment in the labor market. The purpose of the article is to consider of youth segment in the labor market, to study the dynamics of youth employment in recent years and to develop proposals for improving the state of youth employment in Ukraine. Current trends in youth employment and unemployment in the labor market are analyzed. In the process of analysis, such methods of scientific research as analysis and synthesis, comparison and generalization were used, which made it possible to ensure the validity of the study. Based on the results of youth employment issues analysis, the main problems faced by young people in finding a job (specific problems in the youth segment of the labor market) are determined, namely: imperfection of the legal framework that regulates labor relations; young people after graduation cannot put their skills and abilities into practice; imbalance in the professional and qualification structure of the labor supply, which does not correspond to the demand in the labor market; lack of professional experience among young people; gender inequality by sex and age; labor migration due to the non-competitiveness of wages in Ukraine compared to wages in Europe. For a systematic solution to the problems of youth labor market, it is necessary to improve the existing mechanism for increasing the level of youth employment, thereby a new impetus will appear for the development of the Ukrainian economy. The main directions of improving the state regulation of the youth segment of the labor market in Ukraine are proposed, namely: the creation of effective interaction between public employment agencies, business and education. An improvement and systemic implementation of the mechanism for increasing youth employment will reduce the outflow of labor force abroad and ensure the competitiveness of the national economy in the long term.

Keywords: youth; employment; labor market; sphere of labor and employment; labor potential; economy.

JEL classification: E240; J080; J640; J680

DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.2\(77\).2021.55-65](https://doi.org/10.33987/vsed.2(77).2021.55-65)

Постановка проблеми у загальному вигляді. Економічний розвиток будь-якої країни залежить від великої кількості факторів, у тому числі й від зайнятості населення. Від основних характеристик працездатного населення залежить величина сукупного національного доходу. Від того, як працюють люди, залежить розвиток економіки держави, благополуччя самої людини та рівень соціального напруження всередині країни. Тому, дослідження зайнятості та безробіття населення завжди були важливі для вчених-економістів.

Проблеми у сфері молодіжної зайнятості на території України існували постійно. В сучасних умовах ці проблеми ще більш загострилися через політичні, соціальні, економічні та епідеміологічні причини. Безробіття молоді небезпечно, так як, з одного боку, підвищується соціальна напруга, безробітні молоді люди шукають будь-які варіанти заробітку, з іншого боку, призводять до негативних психологічних наслідків для самої молоді. Молодий безробітний втрачає віру в себе, впадає в депресію. Тому необхідно проаналізувати сучасний стан безробіття

молоді в Україні, як змінилася її зайнятість за останні роки та розробити рекомендації щодо поліпшення ситуації на молодіжному ринку праці.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питанням зайнятості та безробіття молоді й аналізу проблем найму цієї вікової категорії приділяли увагу багато вітчизняних та зарубіжних науковців. В. В. Близнюк, Я. І. Юрик досліджують взаємозв'язок ринку праці, інновацій та соціально-економічний розвиток країни. Проте, вони не аналізують молодіжний ринок праці [1, с. 67–69]. Найл О'Хігінс у своїх роботах досліджує теоретико-методологічні аспекти формування національного ринку праці та його молодіжного сегмента, розглядає проблеми працевлаштування молоді, сутність принципів функціонування цього сегмента ринку праці. Т. І. Касьянова та Н. В. Клімова проводили аналіз локального ринку праці молоді за допомогою анкетування та усного інтерв'ювання співробітників центрів зайнятості населення, викладачів університетів, які займаються дослідженнями з проблем молоді, фахівців кадрового центру, представників бізнес-спільноти, що займаються підбором персоналу [2, с. 285]. Т. Штайнмайер досліджує, як за допомогою математичних моделей можливо проаналізувати політику країни у сфері молодіжного сегменту ринку праці. К. Л. Сміт розглядає вплив малокваліфікованої робочої сили на ринок праці молоді. Є. А. Московцева розглядає молодіжний ринок праці через призму мотивації молоді як основний каталізатор взаємовідносин на ринку праці [3, с. 17–18]. Але ці роботи мають теоретичний характер та повинні більше опрацьовуватися у практичному аспекті в наступних роботах цих авторів.

Незважаючи на те, що в науковому просторі є багато науковців, які досліджують різні аспекти молодіжного сегменту ринку праці, в Україні недостатньо досліджені питання зайнятості та безробіття молоді. Існує необхідність в актуалізації досліджень молодіжного ринку праці, що пояснюється трансформацією національної економічної системи, перерозподілом трудових ресурсів між різними видами економічної діяльності та регіонами країни, а також міграційними потоками молоді в інші країни світу.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Розвиток молодіжного ринку праці в умовах функціонування України у глобальному економічному середовищі та посилення ролі інноваційно-інформаційних технологій вимагають постійного дослідження процесів зайнятості молоді.

У сучасних умовах, через зміни у соціальному житті, ситуація на ринку праці сильно змінюється і є доволі динамічною. В умовах пандемічної кризи, ситуація на ринку праці стала ще більш загостреною, підприємства скорочували штат персоналу, багато потенційних робочих місць для молоді були закриті. До того ж, через закриття кордонів, повернулося багато заробітчанин, через що напруга на ринку праці ще збільшилася. Наведена тенденція потребує подальшого аналізу проблем молоді на ринку праці та пошуку нових підходів щодо вирішення питань молодіжного безробіття.

Постановка завдання. Мета статті полягає у здійсненні статистичного аналізу молодіжного ринку праці в Україні, дослідженні впливу соціально-економічних факторів на зайнятість молоді загалом в країні та за окремими аспектами. Важливо приділити увагу аналізу ефективності реалізації державних програм сприяння працевлаштуванню молоді та оцінюванню подальших перспектив розвитку зазначеного процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Молодь є важливим ресурсом як для ринку праці, так і для країни загалом, оскільки у майбутньому стане основою національного ринку праці та завдяки власним здібностям до праці буде формувати економічну систему та сприятиме її подальшому зростанню.

У сучасних умовах, однією з головних проблем молоді є пошук роботи. Ситуація на ринку праці України свідчить про те, що молоді люди, які тільки що отримали певний освітній рівень, не можуть реалізувати свої вміння та навички на практиці.

У ст. 1 Закону України «Про занятість населення», надано визначення категорії «молодий працівник». «Молодим працівником можна назвати громадянина України віком до 35 років, який є випускником закладу професійної (професійно-технічної), фахової передвищої або вищої освіти, який у шестимісячний строк після закінчення навчання працевлаштувався самостійно або за направленням закладу освіти чи територіального органу центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері зайнятості населення та трудової міграції, та продовжує працювати протягом трьох років за кваліфікацією, яку він набув під час навчання, в тому числі незалежно від місця першого працевлаштування [4].

У ст. 1 Закону України «Про основні засади молодіжної політики», теж встановлені для молоді вікові рамки, а саме – 14–35 років. Таким чином, до молоді на ринку праці можна віднести населення віком від 14 до 35 років [5].

Але важливо зазначити, що в Кодексі законів про працю, у ст. 197, наведено вікові рамки від 15 до 28 років, що суперечить іншим вище переліченим Законам України [6]. Це вказує на певну недосконалість нормативно-правової бази щодо молоді в Україні.

Окрім різних визначень у законодавчих документах цієї вікової групи, існують проблеми й на ринку праці. Більша частина молоді, яка тільки закінчила навчання є абсолютно не підготовленою до трудового життя. Ця негативна тенденція обумовлена тим, що в сучасних освітніх програмах існують певні недоліки. У випускників, які тільки що закінчили навчальний заклад, при пошуку роботи з'являються особливі проблеми:

– у ст. 22 Закону України «Про основні засади молодіжної політики» держава гарантує отримання першого робочого місця тим, хто закінчив навчання у закладах загальної середньої, професійної (професійно-технічної), фахової передвищої і вищої освіти протягом двох років [5]. Проте, насправді, цей закон ніяк не реалізується. На практиці роботодавці у вакансіях зазначають вимогу до випускників ВНЗ надати довідку щодо минулого працевлаштування;

– з іншого боку, самі молоді люди не можуть застосовувати отримані знання у своїй професійній діяльності у зв'язку з відсутністю необхідних для роботи за фахом практичних умінь і навичок. Це пов'язано з тим, що під час навчального процесу превалює теоретична частина навчання, та мінімальна кількість годин відводиться на практику.

Роботодавці в Україні не зацікавлені у співробітнику, якому треба додатково надати необхідні навички або перенавчати після закінчення навчального закладу, який повністю безініціативний та лише механічно виконує поставлені завдання. Бізнесмени шукають людей, які можуть ефективно й самостійно вирішувати проблеми та пропонувати власні рішення.

Зокрема, сам ринок праці України має недоліки які зумовлюють проблеми щодо зайнятості всього населення. Таким чином, можна виділити певну кількість недоліків, які існують на ринку праці України та роблять працевлаштування неможливим [1, с. 68]:

- слабка сприйнятливість професійно-кваліфікаційної структури ринку праці до структурних зрушень;
- невідповідність професійно-кваліфікаційної структури здобувачів праці технологічним змінам;
- зниження мотивації зайнятості в сільському господарстві;
- недосконалість нормативно-правової бази, яка регулює трудові відносини;
- дисбаланс в професійно-кваліфікаційній структурі пропозиції робочої сили, що не відповідає попиту на ринку праці;
- високі показники трудової міграції через неконкурентоспроможність заробітної плати в Україні порівняно з оплатою праці в Європі.

Наявність такої великої кількості проблем на ринку праці обумовлює складність працевлаштування для звичайної дорослої людини. За такої ситуації для молоді залишається більш песимістичний сценарій, так як влаштуватися на роботу для них важче, адже через специфіку соціально-психологічних характеристик роботодавець віддає перевагу більш дорослій людині. Таким чином, молоді люди наразі стали найбільш вразливою категорією здобувачів праці, які, до того ж, недостатньо підготовлені до сучасних реалій ринку праці.

Важливим напрямом статистичного аналізу є зайнятість населення за віковими групами, який проведено за 2017–2020 роки (рис. 1).

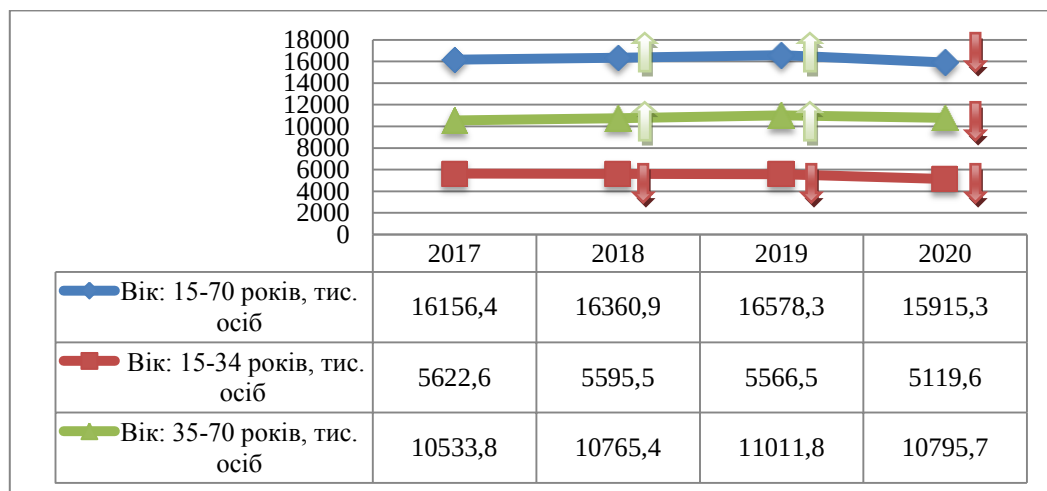


Рис. 1. Зайнятість населення за віковими групами за 2017–2020 роки

Джерело: складено авторами за даними [7]

Отримані результати свідчать, що впродовж 2017–2020 рр. ситуація із зайнятістю населення за віковими групами неоднозначна. Так, з 2017 по 2019 роки на ринку праці спостерігалася тенденція до збільшення кількості зайнятих, але при цьому кількість зайнятих вікової групи 15–34 років мала тенденцію до скорочення. Темпи росту зайнятості всього населення України протягом даного періоду обумовлені тим, що збільшення зайнятості у віковій групі 35–70 років

«перекривало» ефект скорочення зайнятих у віковій групі молоді. Таке перекривання відбувалося через те, що в Україні, через ефект «старіння нації», існує переважання кількості дорослого населення над молоддю.

Ситуація кардинально змінилася у 2020 році через епідемію COVID-19 та подальший адаптивний карантин, встановлений українською владою. Зайнятість всього населення України у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшилася на 3,9%, що було обумовлено зменшенням працюючих віком 35–70 років на 1,8%, та молодих працюючих на 8,8%. За 2020 рік зменшення кількості зайнятої молоді було більше, аніж зменшення кількості зайнятих дорослих. Це свідчить про те, що в умовах кризи роботодавець надає перевагу дорослим працівникам, та в умовах скорочення штату звільняє саме молодь.

Причини недовіри роботодавців до молодих фахівців можуть бути найрізноманітнішими, загалом можна виділити найбільш вагомі з них [2, с. 285]:

- відсутність у молодих людей професійного та життєвого досвіду;
- професійна підготовка за професіями, які не користуються попитом на ринку праці;
- недовіра роботодавців до рівня та якості підготовки молоді;
- психологічні якості молодих людей, які полягають у великій амбіційності щодо оплати праці за відсутності відповідності до займаної посади;
- високий рівень мобільності та динамічності молодих фахівців, що обумовлює високу плинність кадрів;
- необхідністю надання молодим людям додаткових пільг (навчальна відпустка, більш жорсткі вимоги до охорони праці тощо), що обумовлює додаткові труднощі для підприємців;
- трудовою нестабільністю молоді, яка пов'язана зі звільненнями у зв'язку із службою в армії, відпустками молодих жінок для виконання репродуктивної функції тощо.

Проблема деформації на ринку праці полягає у тому, що існує різниця між професіями, які отримали молоді люди, та структурою потреб ринку праці. Наразі на ринку праці недостатньо інженерних і технічних фахівців, та велика пропозиція фахівців економічного та гуманітарного профілю. З кожним роком ситуація не змінюється, а, навпаки, погіршується. Це пов'язано з тим, що інформація щодо потоку надходження нових працівників на ринок праці є викривленою.

Викривлення надходження нової робочої сили на ринок праці пов'язано з тим, що молодь при виборі професії не звертає увагу на її затребуваність на ринку праці. Абітурієнти при вступі до навчального закладу, обираючи професію та випускники, які тільки що закінчили навчальний заклад і виходять на ринок праці, керуються різними мотивами, основним з яких в Україні, вважаємо, є питання якості зайнятості, що набуває принципового характеру, оскільки для молоді притаманні загалом підвищені запити – вимоги щодо рівня оплати найманої праці, характеру професійної зайнятості, умов праці тощо. Через прагнення до матеріального благополуччя та бажання зайняти гідне місце в суспільстві, молодь обирає такі професії, які можуть зумовити досягнення такої цілі. Найбільш обраними професіями серед молоді вважаються робота економіста, фінансиста, юриста тощо. У свою чергу, робочі професії майже ніхто не обирає. Для молоді, робочі професії асоціюються з важкою роботою, яка має низьку оплату праці, тому такі професії їх і не приваблюють.

Сьогодні Україна не відноситься до країн, де робоча сила має високу ціну. Через це в країні існують високі показники трудової еміграції. Станом на лютий 2021 року існує різний рівень оплати праці в різних країнах, що ілюструють дані табл. 1. Для аналізу запропоновано дві країни, що розвиваються (Україна та Польща) та одна розвинена країна (Німеччина).

Таблиця 1

Порівняння рівня оплати праці в Україні, Польщі та Німеччині в 2021 р.

Професія	Середня заробітна плата, євро (€)		
	Україна	Польща	Німеччина
Керівник відділу підприємства	650	3000	6900
Програміст	1100	1500	4500
Бухгалтер	370	700	3600
Юрист	400	1000	6100
Покоївка	380	600	2900
Інженер-електрик	410	600	5400
Лікар	400	1300	6300
Вчитель	370	500	4200
Водій	500	750	2500
Продавець	340	600	2500
Касир	350	600	2100
Робочі спеціальності	400	550	2000

Джерело: складено авторами за даними [8; 9; 10]

Більш високі заробітні плати за однакову працю обумовлюють високий рівень міграції громадян України в європейські країни. Для молоді, яка хоче досягнути успіху в найкоротші терміни, виїзд за кордон є одним із можливих шляхів більш швидкого збагачення, аніж вони могли досягнути в своїй країні.

Ще однією проблемою, яку необхідно зазначити, є гендерна нерівність при влаштуванні на роботу молодих жінок. Молода жінка, яка не має дітей стає найменш бажаним кандидатом при прийомі на роботу. Для роботодавця існують ризики, які полягають у можливості вагітності співробітниці, збереження її робочого місця на термін відпустки по вагітності, пологам та доглядом за дитиною до 3-х років [3, с. 19]. В Україні у випадку звичайних пологів оплачувана відпустка становить 126 календарних днів. Після закінчення цього періоду матір дитини має право піти у відпустку по вихованню дитини тривалістю до 3 років, а то й до 6 років. Роботодавець розуміє, що для нього це невигідно і робить вибір на користь інших кандидатів, зазвичай чоловічої статі. Така проблема є повною дискримінацією за статевою та віковою ознаками.

Вважаємо, що для вирішення зазначених вище проблем необхідно створити ефективну взаємодію між державними органами зайнятості, сферами бізнесу та освіти. Така співпраця дозволить вирівняти попит і пропозицію на ринку праці молоді, скоротити рівень молодіжного безробіття та надасть новий імпульс розвитку економіки України.

Можливим шляхом покращення ситуації із зайнятістю молоді є вдосконалення системи профорієнтації школярів та направленість профорієнтації на ті професії, яких наразі бракує. Цю проблему необхідно вирішувати на рівні загальноосвітніх шкіл та закладів освіти, зумовлюючи взаємодію між керівництвом навчальних закладів, роботодавцями та службою зайнятості.

Результативною формою сприяння зайнятості молоді є розвиток підприємницьких ініціатив. Серед чинників, які заважають організувати власний бізнес, є:

- відсутність первинного капіталу, потрібного для відкриття власної справи;
- складна й нестабільна економічна та політична ситуація в країні;
- несприятливий податковий клімат;
- відсутність соціальних гарантій;
- незахищеність від кримінальних структур;
- не повністю реформоване законодавство у сфері підприємницької діяльності;
- бюрократичні перепони і поверхневі знання претендентів на організацію власного бізнесу [11, с. 101].

Одним зі шляхів зменшення безробіття молоді на ринку праці є розвиток сектору самозайнятості. Самозайнятість є ефективним способом покращення стану ринку праці, так як вона надає двобічний ефект: допомагає молоді реалізувати самих себе та обумовлює більш високий приріст економіки. Серед сучасного покоління багато молодих людей мають проблеми з адаптуванням до ієрархічної структури організацій і бюрократичними способами прийняття рішень. Молодь прагне до професійного розвитку своїх навичок та вмінь, не бажає довго залишатися на одній посаді та потребує кар'єрного просування. У певній ситуації буде зручно використовувати самозайнятість, так як молодь може відкрити свій бізнес, або стати фрілансером та одночасно працювати на декілька фірм. Для молоді самозайнятість зручна свободою вибору робочого місця, вільним графіком роботи, відповідальністю лише за свої дії, виконанням лише власної роботи (завдань). Окрім цього, самозайнятість вигідна і для держави, так як інтереси в отриманні трудового доходу та інтереси державної влади щодо зменшення напруженості ринку праці співпадають, оскільки цей сегмент дозволяє реалізувати підприємницьку активність, що, у свою чергу, зумовить збільшення державного бюджету.

Для зменшення показника плинності молодих кадрів на підприємствах, у структурних підрозділах, які працюють з персоналом, повинні враховувати той факт, що можливі конфлікти через досвід та вік співробітників. Молоді фахівці наразі більше обізнані в інноваційно-інформаційних технологіях (комп'ютеризація, соціальні мережі тощо), але надто амбітні, нетерплячі та мають завищені очікування. Молодий співробітник одразу бажає високу заробітну платню, швидкий кар'єрний зріст. Працівники старших поколінь, які мають певний професійний та життєвий досвід, за такої ситуації можуть бути невдоволені, що може сприяти виникненню конфліктних ситуацій. Менеджери з персоналу повинні відстежувати можливість появи такого психологічного конфлікту і докласти усі зусилля, щоб попередити його, допомогти старшому поколінню зрозуміти молодих і створити для останніх більш комфортні умови.

У сучасних умовах органи державного управління активно впроваджують політику щодо реалізації заходів у сфері сприяння зайнятості молоді. Провідну

роль у цьому напрямі відведено Концепції Державної цільової соціальної програми «Молодь України» на 2021–2025 роки. Державі необхідно проводити інноваційну соціально-економічну політику, яка дозволяє створити нові робочі місця, задіяти молодь в усіх галузях економічної діяльності та забезпечити гідні умови праці.

Висновки і перспективи подальших розробок. Для комплексного вирішення проблем та найбільш ефективного регулювання молодіжного ринку праці можна зробити певні висновки та рекомендації. Вважаємо за необхідне:

- реформування системи освіти в Україні шляхом її адаптації до потреб ринку праці та налагодження тісних взаємозв'язків між навчальними закладами та компаніями різних форм власності;
- моніторинг з метою визначення певних спеціальностей, професійних навичок та рівня кваліфікації, якими повинні володіти випускники навчальних закладів при виході на ринок праці;
- забезпечення рівноправності молоді з іншими категоріями працівників на ринку праці під час прийняття на роботу, за умовами праці, заробітною платою та соціальним забезпеченням;
- створити молодіжну біржу праці;
- реалізація активної державної політики щодо сприяння створенню та підтримки підприємницьких ініціатив та самозайнятості молоді;
- створення сприятливого бізнес-клімату (заохочення банків до надання кредитів, надання державних гарантій їх повернення тощо);
- сприяння започаткуванню власної справи (податкові пільги, пільгові умови оренди, компенсації витрат на консультації спеціалістів (юристів, економістів), конкурсне складання бізнес планів);
- задіяння механізму залучення іноземних ресурсів для фінансування програм мікрокредитування для молодих підприємців.

У подальшому планується продовжити дослідження молодіжного сегменту ринку праці та розглянути особливості регулювання ринку праці молоді, його структуру та механізм функціонування, а також проаналізувати трансформаційні зрушення в структурі зайнятості населення, у тому числі й в молодіжному сегменті.

Література

1. Юрик Я. І., Близнюк В. В. Якість робочої сили як ключовий фактор інноваційного розвитку України. *Економіка і прогнозування*. 2014. № 1. С. 67–86. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2014_1_7 (дата звернення: 26.04.2021).
2. Климова Н. В., Касьянова Т. И. Рынок труда молодежи : проблемы и пути их решения. *Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий* : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 21-22 апреля 2017 г.) : в 2-х т. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. Т. 1. С. 284–287.
3. Москвцева Е. А. Современные проблемы молодежи на рынке труда. *Ученые заметки ТОГУ*. 2013. № 2. С. 15–20.
4. *Про занятість населення* : Закон України № 5067-VI від 05.07.2012 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text> (дата звернення: 27.04.2021).
5. *Про основні засади молодіжної політики* : Закон України № 1414-IX від 27.04.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text> (дата звернення: 30.04.2021).
6. *Кодекс законів про працю України* : Закон, Кодекс № 1217-IX від 10.12.1971 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> (дата звернення: 04.03.2021).
7. *Державна служба статистики України* : сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.05.2021).

8. *Статистика зарплат* / Портал Work.ua. URL: <https://www.work.ua/ru/stat> (дата звернення: 05.05.2021).
9. *Середня заробітна плата в Польщі*. URL: <https://migrantvisa.ru/zarplata/srednjaja-zarplata-v-polshe> (дата звернення: 06.05.2021).
10. *Зарплаты в Германии : минимальные и средние зарплаты в Германии по профессиям*. URL: <https://ru-geld.de/salary/#the-average-salary-in-germany> (дата звернення: 06.05.2021).
11. Мельниченко О. Молодіжний ринок праці України : проблеми і перспективи. *Психологія і суспільство*. 2015. № 3. С. 99–104.

References

1. Yuryk, Ya. I. & Blyzniuk, V. V. (2014). The quality of labor as a key factor in innovative development of Ukraine [Yakist robochoi syly yak kliuchovyi faktor innovatsiinoho rozvytku Ukrainy], *Ekonomika i prohnozuvannia*, No. 1, s. 67–86. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2014_1_7 [in Ukrainian]
2. Klimova, N. V., Kasyanova, T. I. (2017). Youth labor market: problems and ways to solve them. *Strategies for the development of social communities, institutions and territories: proceeding of the III International scientific-practical conference: in 2 vol., 21-22 April* [Rynok truda molodezhi: problemy i puti ikh resheniya. Strategii razvitiya sotsialnykh obshchnostey, institutov i territoriy: materialy III Mezhdunarodnoy nauch.-prakt. konferentsii: v 2 tomakh, 21-22 Aprelya], Izdatelstvo Uralskogo universiteta, Ekaterinburg, T. 1, s. 284–287 [in Russian]
3. Moskovtseva, E. A. (2013). Modern problems of youth in the labor market [Sovremennyye problemy molodezhi na rynke truda], *Uchenye zametki TOGU*, No. 2, s. 15–20 [in Russian]
4. *About employment of the population: Law of Ukraine, No. 5067-VI, 05.07.2012* [Pro zainiatist naselennia: Zakon Ukrainy, No. 5067-VI, 05.07.2012]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text> [in Ukrainian]
5. *On the basic principles of youth policy: Law of Ukraine, No. 1414-IX, 27.04.2021* [Pro osnovni zasady molodizhnoi polityky: Zakon Ukrainy, No. 1414-IX, 27.04.2021]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text> [in Ukrainian]
6. *Code of Labor: Law of Ukraine, No. 1217-IX, 10.12.1971* [Kodeks zakoniv pro pratsiu Ukrainy: Zakon, Kodeks, No. 1217-IX, 10.12.1971]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> [in Ukrainian]
7. *State statistics service of Ukraine: website* [Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: vebсайт]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian]
8. *Statistics of salaries* [Statystyka zarplat], Portal Work.ua. Retrieved from: <https://www.work.ua/ru/stat> [in Ukrainian]
9. *Average salary in Poland* [Serednia zarobitna plata v Polshchi]. Retrieved from: <https://migrantvisa.ru/zarplata/srednjaja-zarplata-v-polshe>.
10. *Salaries in Germany: minimum and average salaries in Germany by profession*. Retrieved from: <https://ru-geld.de/salary/#the-average-salary-in-germany>.
11. Melnychenko, O. (2015). Youth labor market of Ukraine: problems and prospects [Molodizhnyi rynek pratsi Ukrainy: problemy i perspektyvy], *Psykhologhiia i suspilstvo*, No. 3, s. 99–104 [in Ukrainian]

УДК 331.526.2 – 053.81

Марина Сергіївна КРИВЦОВА

кандидат економічних наук, доцент кафедри управління персоналом і економіки праці, Одеський національний економічний університет, Україна,
e-mail: m.kryvtsova@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6069-9691>

Олександра Володимирівна СОРОКА

кандидат економічних наук, доцент кафедри управління персоналом і економіки праці, Одеський національний економічний університет, Україна,
e-mail: aleksandra.80@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6982-1817>

**ЕФЕКТИВНА ЗАЙНЯТІСТЬ МОЛОДІ:
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ**

Кривцова, М. С., Сорока, О. В. Ефективна зайнятість молоді : теоретичні аспекти та фактори впливу. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 66–80.

***Анотація.** У статті розглянуто теоретико-методологічні аспекти визначення ефективної зайнятості молоді з точки зору сучасних ринкових перетворень в країні. Визначено, що це питання особливо актуально у контексті зміни самої парадигми ринку праці під впливом всесвітньої пандемії та активного розвитку нових форм зайнятості (відділена робота, змішаний графік, використання інтерактивної зайнятості), що в більшій мірі зачіпає інтереси молоді як найбільш активної частини ринку праці. Проаналізовано основні підходи до визначення «ефективної зайнятості» та підкреслено, що така зайнятість нарівні з економічною відображає також соціально-економічну та соціально-психологічну результативність трудової діяльності, її екологічні аспекти. Вивчено основні аспекти визначення та показники оцінки ефективної зайнятості на рівні держави, підприємства та індивіда. Визначено, що не залежно від рівня вимірювання ефективної зайнятості вона повинна поєднувати соціальну та економічну ефективність як для суспільства, так і для індивіда (молоді). На основі вивчення соціологічних опитувань, проведених у різні роки серед молоді, зроблено висновок, що для цієї категорії населення досягнення ефективної зайнятості важливо та, з огляду на значний людський потенціал на початку трудового життя, необхідно. Розглядаючи досягнення ефективної зайнятості молоді з практичних позицій, було вивчено необхідні навички для реалізації людського потенціалу молоді та успіху на ринку праці. Розглянуто переваги та перешкоди для молоді на ринку праці в процесі досягнення ефективної зайнятості. Проаналізовано різні чинники впливу на молодіжну зайнятість. Визначено, що залежно від зв'язку із зовнішнім середовищем, фактори, що впливають на ефективну зайнятість молоді на регіональному рівні, можна умовно поділити на зовнішні та внутрішні. Проаналізовано вплив зовнішніх факторів. Сформульовано основні напрямки молодіжної політики щодо ефективної зайнятості.*

Ключові слова: ефективна зайнятість; молодь; соціальна ефективність; економічна ефективність; фактори впливу; навички; ціннісні орієнтації.

Марина Сергеевна КРИВЦОВА

кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда, Одесский национальный экономический университет, Украина,
e-mail: m.kryvtsova@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6069-9691>

Александра Владимировна СОРОКА

кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда, Одесский национальный экономический университет, Украина,
e-mail: aleksandra.80@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6982-1817>

**ЭФФЕКТИВНАЯ ЗАНЯТОСТЬ МОЛОДЕЖИ:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ**

Кривцова, М. С., Сорока, О. В. Эффективная занятость молодежи : теоретические аспекты и факторы влияния. *Вестник социально-экономических исследований* : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2021. № 2 (77). С. 66–80.

Аннотация. В статье рассмотрены теоретико-методологические аспекты определения эффективной занятости молодежи с точки зрения современных рыночных преобразований в стране. Определено, что этот вопрос особенно актуален в контексте изменения самой парадигмы рынка труда под влиянием всемирной пандемии и активного развития новых форм занятости (удаленная работа, смешанный график, использование интерактивной занятости), что в большей степени затрагивает интересы молодежи как наиболее активной части рынка труда. Проанализированы основные подходы к определению «эффективной занятости» и подчеркнуто, что такая занятость наравне с экономической отражает также социально-экономическую и социально-психологическую результативность трудовой деятельности, ее экологические аспекты. Изучены основные аспекты определения и показатели оценки эффективной занятости на уровне государства, предприятия и индивида. Определено, что независимо от уровня измерения эффективной занятости, она должна сочетать социальную и экономическую эффективность, как для общества, так и для индивида (молодежи). На основе изучения социологических опросов, проведенных в разные годы среди молодежи, сделан вывод, что для этой категории населения достижение эффективной занятости важно и, учитывая значительный человеческий потенциал в начале трудовой жизни, необходимо. Рассматривая достижения эффективной занятости молодежи с практических позиций, были изучены необходимые навыки для реализации человеческого потенциала молодежи и успеха на рынке труда. Рассмотрены преимущества и препятствия для молодежи на рынке труда в процессе достижения эффективной занятости. Проанализированы различные факторы воздействия на молодежную занятость. Определено, что в зависимости от связи с внешней средой, факторы, влияющие на эффективную занятость молодежи на региональном уровне, можно условно разделить на внешние и внутренние. Проанализировано влияние внешних факторов. Сформулированы основные направления молодежной политики по эффективной занятости.

Ключевые слова: эффективная занятость; молодежь; социальная эффективность; экономическая эффективность; факторы влияния; навыки; ценностные ориентации.

Marina KRYVTSOVA

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Human Resources and Labor Economics, Odessa National Economic University, Ukraine,
e-mail: m.kryvtsova@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6069-9691>

Oleksandra SOROKA

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Human Resources and Labor Economics, Odessa National Economic University, Ukraine,
e-mail: aleksandra.80@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6982-1817>

EFFECTIVE EMPLOYMENT OF YOUTH: THEORETICAL ASPECTS AND FACTORS OF INFLUENCE

Kryvtsova, M., Soroka, O. (2021). Effective employment of youth: theoretical aspects and factors of influence [Efektyvna zainiatist molodi: teoretychni aspekty ta faktory vplyvu], *Socio-economic research bulletin, Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (77), pp. 66–80.

Abstract. The article considers the theoretical and methodological aspects of determining the effective employment of young people in terms of modern market transformations in the country. It is determined that this issue is especially relevant in the context of changing the labor market paradigm under the influence of the global pandemic and the active development of new forms of employment (separate work, mixed schedule, use of interactive employment), which to a greater extent affects the interests of young people as the most active part of the labor market. The main approaches to the definition of «effective employment» are analyzed and it is emphasized that such employment, along with economic, also reflects the socio-economic and socio-psychological performance of labor, its environmental aspects. The main aspects of the definition and indicators of evaluation of effective employment at the level of the state, enterprise and individual are studied. It is determined that regardless of the level of measurement of effective employment, it should combine social and economic efficiency for both society and the individual (youth). Based on a study of opinion polls conducted in different years among young people, it was concluded that for this category of population to achieve effective employment is important and, given the significant human potential at the beginning of working life, necessary. Considering the achievement of effective youth employment from a practical standpoint, the necessary skills to realize the human potential of youth and success in the labor market were studied. The advantages and obstacles for young people in the labor market in the process of achieving effective employment are considered. The analysis of various factors influencing youth employment is carried out. It is determined that depending on the connection with the external environment, the factors influencing the effective employment of young people at the regional level can be divided into external and internal. The influence of external factors is analyzed. The main directions of youth policy on effective employment are formulated.

Keywords: effective employment; youth; social efficiency; economic efficiency; influencing factors; skills; value orientations.

JEL classification: J130; J210; E240

DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.2\(77\).2021.66-80](https://doi.org/10.33987/vsed.2(77).2021.66-80)

Постановка проблеми у загальному вигляді. Зайнятість населення виступає важливим фактором стійкості соціально-економічної системи та суспільного відтворення, необхідною умовою і формою життєдіяльності людини. У соціально орієнтованій ринковій економіці людина реалізує своє конституційне право на працю, а праця є базисом зростання ВВП, формування рівня життя населення і, одночасно, економічної могутності держави, її національної безпеки. Тому, безперечно, ефективна зайнятість стає важливою передумовою економічного зростання, інтегральним показником якості та результативності ринкових реформ, позитивної динаміки соціальних і демографічних процесів [1, с. 17].

Водночас, необхідно відмітити, що в умовах соціально-економічних та політичних змін, які наразі відбуваються в Україні, перед суспільством виникає проблема соціальної незахищеності окремих верств населення. Насамперед, вона

стосується молоді через її слабку трудову і професійну підготовку через те, що особливістю молодого покоління є формування й утвердження життєвих позицій.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Огляд сучасної вітчизняної економічної літератури переконує в тому, що серед українських дослідників останніми роками утверджується думка, що піднесення конкурентоспроможності України, її регіонів, вирішальною мірою залежить від продуктивного використання людського потенціалу та ефективної зайнятості [2, с. 3]. Вагомим внеском у розробку методології наукового пізнання, вивчення та розкриття сутності категорії «зайнятість» стали праці таких вчених, як, зокрема, А. Г. Бабенко, Д. П. Богиня, Г. І. Купалова, Е. М. Лібанова, В. В. Онікієнко, О. В. Шкільов, К. І. Якуба. Вивченням проблеми зайнятості та відтворення робочої сили в Україні займалися такі вітчизняні науковці, як, зокрема, В. С. Васильченко, О. А. Грішнова, Г. В. Джегур, Н. О. Зезека, В. М. Петюх, В. В. Савченко. Результати досліджень цих вчених висвітлюють важливі аспекти впливу соціально-економічних факторів на досягнення ефективної зайнятості населення та ефективності праці в суспільному виробництві.

Проблеми зайнятості молоді України досліджувала низка вітчизняних та зарубіжних учених. Зокрема, стан зайнятості на регіональних ринках розглядали О. Абашина та О. Ягирська, аграрну сферу – О. Лаврук. Дослідження молодіжного ринку праці у своїх статтях висвітлювали також А. Колот, Т. Заєць, С. Калініна, Д. Мельничук, С. Пасека, М. Семікіна та інші науковці.

Результати вивчення наукової літератури показують, що проблеми досягнення ефективної зайнятості населення, особливо молоді, на сучасному етапі ринкових перетворень в Україні набувають першочергового значення. Отже, зайнятість молоді стає об'єктом ретельної уваги практиків і науковців, вивчається економічною наукою з різних позицій, що актуалізує дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Відповідно до Закону України «Про зайнятість населення», зайнятість – це діяльність громадян, пов'язана із задоволенням особистих та суспільних потреб і така, що, як правило, приносить їм дохід у грошовій або іншій формі [3].

Як бачимо, згідно із Законом, зайнятість не обов'язково приносить дохід громадянам у грошовій або іншій формі, а тільки «як правило». Ця норма передбачає можливість для досить вільних трактувань поняття зайнятості і, як наслідок, для вільного тлумачення меж та обсягів гарантій зайнятості.

Зайнятість завжди є не лише віддзеркаленням взаємодії попиту на працю і її пропозиції, але й певним об'єднанням речового і особистого факторів виробництва, результатом економічного і соціального регулювання пропозиції праці, проявом особливостей та суперечностей соціально-трудових відносин, наслідком високої або низької за рівнем мотивації індивіду до реалізації своїх потреб шляхом офіційної трудової діяльності.

Одним із принципів державної політики зайнятості в Україні Законом «Про зайнятість населення» проголошується сприяння забезпеченню ефективної зайнятості для всіх категорій населення. У дослідженні акцентовано увагу на ефективній зайнятості молоді як особливій соціально-демографічній групі з виявленням не лише передумов для формування такої зайнятості, але й переваг самої молоді у її досягненні. Це питання особливо актуально у контексті зміни самої парадигми ринку праці під впливом всесвітньої пандемії та активного розвитку нових форм зайнятості (віддалена робота, змішаний графік, використання

інтерактивної зайнятості), що значною мірою зачіпає інтереси молоді як найбільш активної частини ринку праці.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення теоретико-методологічних основ формування ефективної зайнятості молоді з урахуванням соціального та економічного аспекту зайнятості та визначення чинників впливу на можливості молоді у досягненні ефективної зайнятості.

Для досягнення цієї мети було поставлено та вирішено такі завдання:

- проаналізувати основні підходи до визначення «ефективної зайнятості»;
- розглянути рівні виміру та показники оцінки ефективної зайнятості на макро-, мезо- рівні та рівні індивіду;
- вивчити соціальний та економічний ефект від досягнення ефективної зайнятості;
- проаналізувати переваги молоді на шляху досягнення ефективної зайнятості та перешкоди;
- вивчити різні підходи до класифікації факторів впливу на зайнятість молоді;
- сформулювати напрямки реформування молодіжної політики для досягнення ефективної зайнятості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для якісного аналізу теоретико-методологічних основ формування ефективної зайнятості молоді вважаємо за необхідне спочатку зупинитися на самому понятті «ефективної зайнятості». Ефективність, як основна проблема економічної науки і господарської практики, визначається шляхом аналізу співвідношення результатів і витрат людської діяльності.

Витрати визначаються розміром (вартістю) використаних економічних ресурсів. Результати характеризуються обсягами та вартістю виробленої і реалізованої продукції, розмірами доданої вартості, прибутку, а також показниками конкурентоспроможності, якості життя, екології та іншими. Економічні результати найчастіше виражаються обсягами виробленої продукції або розміром отриманого прибутку. Якщо у розрахунку ефективності результати характеризуються обсягом продукції (послуг), то ми маємо показники продуктивності, а якщо результати характеризуються розміром прибутку, то такі показники ефективності називаються прибутковістю (рентабельністю) [4, с. 377].

Вироблена продукція і одержаний прибуток важливі не самі по собі, а лише як передумова забезпечення високого рівня підвищення рівня життя людей (у цьому контексті зазначимо, що, на відміну від наведеного вище, в науковій літературі зустрічається тлумачення ефективності з іншим змістом). Тому поняття ефективності стосується не лише економічних, але й соціальних процесів. Більше того, підвищення економічної ефективності має сенс лише у тому випадку, якщо воно призводить одночасно і до покращення соціальних результатів.

Ефективність зайнятості нарівні з економічною відображає також соціально-економічну та соціально-психологічну результативність трудової діяльності, її екологічні аспекти, наприклад, розвиток творчого характеру самої праці, підвищення змістовності, задоволення потреби у праці тощо.

Найважливішим проявом ефективної зайнятості є зростання продуктивності праці, зумовлене як особистими характеристиками працівника, його вмінням, досвідом, трудовою активністю, так і техніко-організаційними й соціально-економічними умовами виробництва, які будуть йому створені.

Узагальнення та критичний аналіз наукової думки дали змогу побачити неоднакові підходи науковців до визначення сутнісних рис ефективної зайнятості, її характерних проявів та головних аспектів, на які акцентує увагу автор, що представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Підходи до трактування ефективної зайнятості

Автор	Визначення	Акцент
С. Злупко [5, с. 19]	Ефективна зайнятість населення досягається через отримання найвищих соціально-економічних, екологічних та інших результатів при найменших затратах духовних і фізичних сил суспільства, а також економією затрат робочої сили і економії робочого часу.	Економічна складова
І. Гуршумов [6, с. 44]	Ефективна зайнятість передбачає таку динамічну збалансованість трудових ресурсів (з урахуванням їхніх якісних характеристик) і матеріальних факторів виробництва, при якій забезпечується ефективність суспільного виробництва і найбільш повне задоволення матеріальних і духовних потреб всього населення.	Соціально-економічна складова
Н. Горелова [7, с. 98]	Ефективна зайнятість передбачає здатність суспільної системи управління відтворювати соціально-економічні умови розвитку працівників відповідно до критеріїв способу життя, вимог інтенсифікації та динамізму суспільного виробництва.	Соціальна складова
І. Бондар та С. Мочерний [8, с. 43–46; 9, с. 210]	Ефективна зайнятість призначена забезпечувати відповідний рівень продуктивності праці, тобто такий розподіл трудових ресурсів у територіальному, секторальному, галузевому розрізах за сферами прикладання праці та видами діяльності, що дає можливість одержати найбільший приріст матеріальних і духовних благ та передбачає ефективне використання у трудовому процесі кожного зайнятого.	Соціально-економічна складова
Л. Шевченко [10, с. 23]	Ефективна зайнятість досягається тоді, коли робоча сила розподіляється між різними галузями народного господарства і його мікро-одинамиціями так, що дозволяє отримати найбільш високий національний дохід.	Економічна складова

Джерело: розроблено авторами на основі [5; 6; 7; 8; 9; 10]

Окреслене дозволяє констатувати той факт, що в літературі дискусію стосовно трактування ефективної зайнятості поки що не завершено. Позиція

кожного автора варта уваги, оскільки зачіпає окремі важливі аспекти прояву ефективності зайнятості.

Критичний аналіз наукових підходів дозволяє нам зосередити увагу на тому, що ефективна зайнятість населення може трактуватися як така зайнятість населення в економіці, результатом якої є максимально повне задоволення потреб суспільства та його членів у матеріальних і духовних благах та послугах з мінімально можливими суспільними затратами. Ця зайнятість вимагає від працівника прояву трудової активності, постійного нарощування знань і професійних вмінь. Саме така зайнятість має забезпечувати гідний особистий дохід, достатній для забезпечення актуальних потреб працівника та його сім'ї і, в більш широкому сенсі, всіх недієздатних членів суспільства, а також підвищення освітньо-професійного рівня на основі зростання суспільної продуктивності праці. Зауважимо, що винагорода праці виступає однією з важливих передумов ефективної зайнятості людини. Інша складова таких передумов – пропорційне зростання тієї частки національного доходу, яка витрачається на суспільні потреби. Ці риси характеризують результативний аспект ефективної зайнятості [11, с. 29–30].

Показником (або сукупністю показників), який виявляє ступінь ефективності зайнятості, є ефективність праці. Виходячи з такого розуміння, ефективною може визнаватися зайнятість, яка забезпечує ефективність використання наявних трудових ресурсів та їх найбільш повне залучення у процесі суспільного виробництва, забезпечуючи максимальне задоволення особистих та суспільних потреб населення [12, с. 176].

Разом з тим, визначення ефективної зайнятості на макроекономічному рівні, рівнях локальних ринків праці, окремого підприємства чи на рівні окремих працівників, а також з позицій соціальних партнерів, за наявності спільних ознак, має конкретну наповненість, специфіка якої визначається особливостями зазначених рівнів її забезпечення. Основні аспекти щодо визначення та показників оцінки ефективної зайнятості на рівні держави, підприємства та індивіда представлено у табл. 2.

Визначення ефективної зайнятості полягає в тому, що вона, на відміну від продуктивної зайнятості, передбачає наявність соціального ефекту, а також відповідність ключових параметрів цієї зайнятості загальносвітовим прогресивним тенденціям не лише розвитку ринку праці, але й суспільно-економічного піднесення в цілому. Таким чином, ефективна зайнятість – це така зайнятість, що органічно поєднує соціальну та економічну ефективність.

Дослідивши основні теоретико-методологічні аспекти поняття «ефективна зайнятість», необхідно визначитися з поняттям «молодь» та розглянути її у контексті «ефективної зайнятості» та факторів впливу на неї.

Молодь – соціально-демографічна група, що виділяється на основі сукупності вікових характеристик, особливостей соціального положення і обумовлених цими факторами соціально-психологічних властивостей, які визначаються суспільним ладом, типом культури конкретної країни, а також властивими їй нормами і цінностями, системою виховання. В даний час до неї прийнято відносити індивідів у віці від 14 до 34 років. В умовах ринкової економіки молодь відноситься до найбільш вразливих груп на ринку праці, так званих «груп ризику» [13, с. 17; 14, с. 198].

Таблиця 2

Показники оцінки ефективної зайнятості на різних рівнях

Рівень	Визначення	Показники
Держава	Рівноважний стан між попитом і пропозицією на національному і локальних ринках праці, який забезпечує економічне зростання, підвищення продуктивності праці, добробуту верств населення.	Ефективність суспільного виробництва, зростання обсягів валового національного продукту, підвищення рівня життя населення країни, розвиток прогресивних форм виробничих відносин і прогресивних змін господарського механізму, підвищення суспільної значущості праці; соціальна стабільність в суспільстві.
Підприємство	Досягнення відповідності між потребами підприємства у фахівцях і кількісним та якісним задоволенням цих потреб, яке обумовлює розв'язання поставлених цілей на ринку з максимальним для підприємства ефектом.	Висока продуктивність праці, ефективність і конкурентоспроможність підприємства; отримання високих прибутків, висока якість продукції; відсутність прогулів, порушень трудової дисципліни; задоволеність роботою колективу, позитивна соціальна атмосфера, єдність інтересів та цілей працюючих і підприємства; певний внесок в соціально-економічний розвиток підприємства, зменшення втрат робочого часу, зниження невиробничих затрат; забезпечення формування трудової етики, дисциплінованості, стабільності кадрів, їх зацікавленості в роботі, висока якість праці.
Індивід	Зайнятість, яка, поряд із досягненням високих індивідуальних результатів праці та високим рівнем продуктивності індивідуальної праці на конкретному робочому місці певного виробництва дає змогу працівнику отримувати достатньо високий дохід, відчувати соціальну захищеність себе і своєї родини, реалізовувати та розвивати здібності, навички, професійні знання та досвід.	Задоволення потреби в самовиживанні, в самоствердженні, спілкуванні, незалежності; надійність добробуту і соціальна безпека; максимальне використання трудового і соціального потенціалу особистості.

Джерело: складено авторами на основі [1, с. 18–25]

Спеціальні соціологічні опитування показують, що сучасна молодь приділяє багато уваги можливості самореалізації через ефективну зайнятість. Так, за даними

загальноукраїнського соціопитування, проведеного на замовлення Міністерства молоді та спорту України у 2018 році, у трійці лідерів ціннісних орієнтацій молоді є сімейне щастя, здоров'я та кар'єра [15, с. 5]. На питання «Чого найбільше Ви хотіли б досягнути в житті?» – більшість відповідають сімейного щастя (59,9%) та побудувати успішну кар'єру (53%), що корелюється з поняттям ефективної зайнятості, тобто коли людина самореалізується у професії, тим самим досягаючи максимального соціального та економічного ефекту як для себе, так і для суспільства. За даними того ж опитування молодь свідомо обирає свою майбутню професію та освіту значною мірою орієнтуючись на власні інтереси, захоплення, здібності (49,4% опитаних) та професії, що на її думку гарантують гідну матеріальну винагороду (26,8%), що також свідчить про орієнтацію на ефективну зайнятість. Більш того, велика частка молоді бажає стати підприємцями та мати власний бізнес (приблизно 42% опитаних) та вже пробують себе у цій сфері (приблизно 4%). Тож для цієї категорії населення досягнення ефективної зайнятості важливо та, з огляду на значний людський потенціал на початку трудового життя, необхідно.

Таким чином, поняття «зайнятість молоді» можна визначити як діяльність громадян у віці 14–34 роки, що пов'язана із задоволенням особистих та суспільних потреб і таку, що, зазвичай, приносить їм дохід у грошовій або іншій формі. Як й для інших категорій населення, зайнятість молоді має економічний та соціальний ефект.

Економічна ефективність зайнятості молоді полягає у створенні суспільного продукту (національного доходу). Практичний висновок з цього простий: чим більше зайнятої молоді – тим краще використовується її людський потенціал, тим більше виробляється суспільного продукту.

Соціальна ефективність зайнятості молоді відображає не тільки потребу молодих людей у прибутках, але й необхідність особи в самовираженні через суспільно корисну працю, а також відображає ступінь задоволення своїх потреб при певному рівні соціально-економічного розвитку суспільства.

Говорячи про досягнення ефективної зайнятості молоді з практичних позицій необхідно звернути увагу на необхідні навички для реалізації людського потенціалу молоді та успіху на ринку праці. У цьому аспекті цікавим є опитування проведене Державним інститутом сімейної та молодіжної політики у період з грудня 2020 по лютий 2021 року. Це опитування серед молоді та роботодавців щодо їх бачення необхідних навиків, потрібних у XXI столітті з точки зору кожної групи [16].

Найпотрібнішими у XXI столітті, на думку молоді, є навички саморозвитку (69,6%), творчість/креативність (62,2%) та навички роботи в команді (61,4%). Найменш затребуваними для молоді навичками XXI століття виявилися тайм-менеджмент (38,3%), лідерство (37,3%), цифрова грамотність (35,8%) та медіаграмотність (25,4%). На думку роботодавців, найпотрібнішими у XXI столітті для працівників є навички критичного мислення (73,6%), навички роботи в команді (70,3%), комунікативність (63,7%), інформаційна грамотність (62,6%), саморозвиток (61,5%) та ініціативність (60,4%). Такі результати показують, що є певний розрив у наявних навичках молоді та тих, що необхідні для кращого працевлаштування. Це свідчить про необхідність звертати значну увагу на процеси формування особистості в освітньому просторі з метою створення передумов для майбутньої ефективної зайнятості молоді.

Забезпечення ефективної зайнятості молоді необхідно і можливо через її переваги порівняно з іншими віковими групами:

- максимальний період майбутньої працездатності;
- високі показники фізичного здоров'я і витривалості;
- порівняно високий загальноосвітній рівень;
- висока міграційна мобільність;
- здатність до адаптації до змін у сфері інформатизації і технології;
- здатність опановувати нові навички, знання та вміння як фактор

ефективності інвестицій в їх професійну підготовку.

Але, з іншого боку, є певні негативні риси молоді як частини робочої сили, що заважають їй ефективній зайнятості:

- невідповідність їх уявлень реальності, ідеалізм, інфантильність;
- недостатній рівень кваліфікації;
- завищений рівень домагань і очікувань щодо майбутньої роботи та оплати праці;

– психологічну неготовність до професійної праці;
 – орієнтацію на високий рівень споживання без ув'язки його з необхідністю участі у професійній діяльності [1, с. 85].

При вивченні ефективної зайнятості та шляхів її досягнення важливою умовою виступає врахування різних факторів впливу на молодіжну зайнятість. Необхідно відмітити, що й дотепер не існує єдиної думки щодо класифікації факторів впливу на зайнятість населення. Аналізуючи фактори впливу, дослідники переважно беруть до уваги особливості територіальної (регіональної) організації економіки та соціальних структур; сукупність кадрів із певним рівнем кваліфікації та підготовки на даний момент часу; потребу, дефіцит або надлишок робочої сили (залежно від ситуації на ринку); внутрішні критерії (рівень життя), а також специфічні чинники: структурну перебудову, демонополізацію господарського комплексу; рівень збалансованості економіки; рівень кооперації з іншими країнами; рівень продуктивності та оплати праці; зміну форми власності; розвиток приватизації та рівень соціального захисту безробітних; рівень державного регулювання та управління ринком праці [17, с. 225].

Вважаємо, що залежно від зв'язку із зовнішнім середовищем, фактори, що впливають на ефективну зайнятість молоді на регіональному рівні, можна умовно розділити на зовнішні та внутрішні (рис. 1).

До основних зовнішніх факторів та умов розвитку зайнятості населення регіону відносяться: політичні, економічні, соціальні, інноваційні. Розглянемо їх більш детально.

а) Політичні фактори. Стабільність політичної ситуації в країні та регіоні, у тому числі, міжнародної політики країни і міжнародних зв'язків в регіоні, ефективність законодавства, якість державного регулювання соціально-економічних процесів та інші, – все це сприятливо впливає на ринок праці й зайнятість молоді регіону.

Державна політика регулювання зайнятості населення в регіонах України, перш за все, спрямована на досягнення балансу в області вирішення соціально-економічних проблем. Кризові тенденції в економіці об'єктивно впливають на зростання соціальної напруженості на регіональних ринках праці, тому сучасна політика зайнятості населення потребує більш ефективних, обґрунтованих і системно реалізованих підходів.

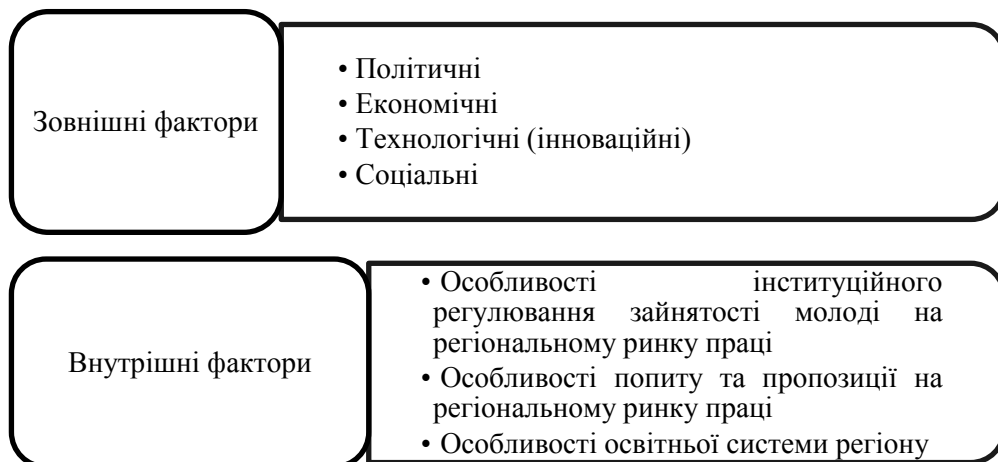


Рис. 1. Фактори впливу на ефективну зайнятість молоді

Джерело: розроблено авторами

Управління зайнятістю в регіонах передбачає складання програм управління працею і зайнятістю в рамках реалізації державної політики у сфері праці та зайнятості. Однак сьогодні в складних соціально-економічних умовах реалізація програм сприяння зайнятості на регіональному рівні утруднена через бюджетний дефіцит. Тому найбільш перспективним напрямком підвищення ефективності державної політики у сфері зайнятості є реалізація активних програм служб зайнятості спільно з усіма зацікавленими органами влади та підприємцями зі створення нових робочих місць і сприяння самозайнятості населення. При цьому кожен регіон повинен самостійно розробляти програми з управління зайнятістю населення, реалізуючи зважений комплексний підхід і використовуючи можливості взаємодії державних структур з підприємцями щодо створення нових робочих місць.

б) Економічні чинники. До цієї групи факторів можна включити ефективність ринкових механізмів, стабільність системи оподаткування, стійкість банківської системи та інші. Економічні чинники можуть чинити істотний вплив шляхом:

- пільгового оподаткування підприємств, які створюють нові робочі місця;
- прямого фінансування підприємств малого та середнього бізнесу;
- фінансування будь-яких проєктів, пов'язаних з підтримкою самозайнятості населення регіону в різних формах (індивідуальний підприємець, фермер і т.д.);

- підтримки великих інвестиційних проєктів, реалізація яких пов'язана зі створенням великої кількості робочих місць;

- підтримки інноваційних проєктів, пов'язаних з модернізацією та автоматизацією робочих місць з впровадженням передових технологій і т. д.

в) Інноваційні (технологічні) фактори. Інновації мають величезний вплив на розвиток зайнятості населення. Впровадження інформаційних технологій дозволяє швидко здійснювати пошук роботи, відправляти резюме на електронну пошту, навчатися і підвищувати кваліфікацію онлайн в режимі реального часу або дистанційно. Рівень інноваційної активності населення в регіоні, використання

нових технологій, мобільність сприяють ефективному розвитку зайнятості в регіоні.

В сучасних умовах вся інформація центрів зайнятості населення розміщується на їх офіційних сайтах. Видаються інформаційні матеріали (буклети в друкованому та електронному видах) за основними напрямками діяльності центрів зайнятості, наприклад, «Випускнику школи (для старшокласників, які готуються до вступу до навчального закладу)», «Вибір професії», «Організація оплачуваних громадських робіт», «Працевлаштування підлітків на тимчасову роботу», «Якщо Вам загрожує звільнення» (працівникам, які звільняються у зв'язку з ліквідацією організації або скороченням чисельності або штату працівників), «Професійне навчання – це Ваш шанс знайти роботу», пам'ятка безробітному громадянину та багато іншої інформації. Таким чином, центри зайнятості все активніше впроваджують інформаційні технології.

г) Соціальні фактори: рівень і якість життя населення (заробітна плата, розмір прожиткового мінімуму, забезпечення населення необхідними благами: охорона здоров'я, освіта, захист прав людини, забезпечення житлом і т. і.) також мають вплив на розвиток зайнятості населення в регіоні.

Внутрішні фактори мають більш конкретну прив'язку до регіону та виходять за межі цього дослідження, але знаходяться у планах перспективних розробок для більш детального вивчення на прикладі Одеського регіону.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, вивчення головних особливостей молоді та факторів впливу на її зайнятість, та з огляду на специфічні риси молоді як соціальної групи, необхідно констатувати, що досягнення ефективної зайнятості можливо через виважену молодіжну політику, що враховує, з одного боку, можливості ринку праці, а, з іншого, – потреби молоді у самореалізації [18, с. 101]. Молодіжна політика щодо ефективної зайнятості повинна охоплювати такі напрямки як:

1) забезпечення умов для молоді щодо досягнення гідного освітнього та професійного рівня. Важливим є підвищення якості освітніх послуг згідно з досягненнями національного й світового розвитку науки і техніки та удосконалення системи формування державного замовлення. Державна політика у сфері освіти має спрямувати свої зусилля на оновлення структури та змісту освітніх послуг, переліку спеціальностей відповідно до потреб сучасного ринку праці, а також на запровадження системи навчання населення впродовж усього життя. Крім того, виникає нагальна потреба у введенні до освітнього процесу нових професій, які мають забезпечувати потреби підприємств та організацій у спеціалістах із новітніх технологій.

2) покращення якості профорієнтаційних послуг, що має бути важливим кроком для поліпшення інформаційного забезпечення, особливо із використанням інформаційних технологій, як державних структур, так і молоді шляхом розроблення та реалізації цільових комплексних програм, спрямованих на профорієнтацію молоді залежно від потреб ринку праці. Потребує посилення координаційна діяльність служби зайнятості із закладами освіти щодо перепідготовки незайнятої молоді за робітничими професіями та впровадження постійного прогнозування ринку праці за його кваліфікаційними та структурними ознаками. Дуже важливим є підвищення ефективності профорієнтаційних послуг і рівня довіри молоді до них, залучення до профорієнтаційних заходів батьків, роботодавців, представників бізнес-сектору.

3) сприяння працевлаштуванню та розвитку самозайнятості молоді. Для цього на законодавчому рівні необхідно передбачити фіксований механізм щодо запровадження прямих і непрямих пільг роботодавцям, які інвестують кошти в систему професійної освіти, надають робочі місця для виробничої практики і приймають на роботу випускників закладів освіти. Заходи з підтримки та розвитку самозайнятості мають включати: розробку методики реалізації бізнес-плану; надання консультаційної і фінансової допомоги; навчання дітей і молоді основам підприємницької діяльності починаючи ще із закладів загальної середньої освіти; створення бізнес-інкубаторів; збір інформації про вакансії; надання допомоги у пошуку роботи; створення нових робочих місць; супровід молодих підприємців та створення умов для їхнього розвитку.

Перспективи подальших розробок пов'язані з поглибленим вивченням впливу внутрішніх факторів формування ефективної зайнятості молоді на регіональному рівні на прикладі Одеського регіону.

Література

1. Семикіна М. В., Іщенко Н. А. *Мотивація ефективної зайнятості : пошук оптимальної стратегії* : монографія. Кіровоград : КОД, 2012. 216 с.
2. Онікієнко В. В., Ткаченко Л. Г., Ємельяненко Л. М. *Розвиток ринку праці України : тенденції та перспективи* / За ред. В. В. Онікієнка. Київ : Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України, 2007. 288 с.
3. *Про зайнятість населення* : Закон України № 5067-VI від 05.07.2012 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text> (дата звернення: 15.03.2021).
4. Грішнова О. А. *Економіка праці та соціально-трудові відносини* : підруч. Київ : Знання, 2006. 559 с.
5. Злупко С. Н. *Теоретико-управленческие аспекты занятости в развитом социалистическом обществе*. Київ : Наукова думка, 1985. 144 с.
6. Гуршумов И. П., Юсуфбеков Ю. Р. *Проблемы труда : занятость и мобильность*. Душанбе : Дониш, 1989. 237 с.
7. Горелов Н. А. *Экономика трудовых ресурсов* : учеб. пособ. Москва : Высшая школа, 1989. 208 с.
8. *Моніторинг соціальних процесів в Україні* / за ред. І. К. Бондар, Г. В. Ярошенко та ін. Київ : Знання, 1999. 260 с.
9. Мочерний С. В. *Основи економічних знань : запитання і відповіді* : посіб. Київ : Феміна, 1996. 270 с.
10. Шевченко Л. Занятость в рыночной экономике. *Бизнес Информ*. 1995. № 3–4. С. 22–25.
11. Кузьмин С. А. *Эффективная занятость населения* : учеб. пособ. Москва : Экономика, 1990. 143 с.
12. Венгер А. М. Ефективна зайнятість населення України : соціально-економічна характеристика. *Зайнятість та ринок праці* : Міжвідомчий зб. наук. праць. Київ : РВПС України НАН України, 1999. Вип. 10. С. 172–180.
13. Маслова Е. В. *Рынок труда и регулирование занятости : развитие профессиональных компетенций и способности трудоустройства молодых специалистов* : монография. Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2017. 121 с.
14. Буяк Б. Молодь, як особлива соціально-демографічна група в умовах становлення соціально-правової держави та громадянського суспільства. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2007. Вип. 36. С. 198–209.
15. *Молодь України – 2018*. Результати репрезентативного соціологічного дослідження. Київ : ДП «Редакція інформаційного бюлетеня «Офіційний вісник Президента України», 2018. 72 с.

16. *Навички XXI століття очима молоді та роботодавців*. Звіт за результатами онлайн-опитування. Київ, 2021. URL: <https://dismp.gov.ua/zvit-za-rezultatami-onlajn-opituvannya-navichki-hhi-stolittya-ochima-molodi-ta-robotodavciv> (дата звернення: 04.05.2021).
17. Куцеволова М. В. Фактори впливу на зайнятість населення регіонів : можливості використання у процесі формування політики зайнятості. *Демографія та соціальна економіка*. 2017. № 2 (30). С. 225–236.
18. *Молодь на ринку праці : навички XXI століття та побудова кар'єри*. Щорічна доповідь Президентів України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України про становище молоді в Україні (за підсумками 2018 року). Київ : Держ. ін-т сімейної та молодіжної політики, 2019. 107 с.

References

1. Semikina, M. V., Ishchenko, N. A. (2012). *Motivation for effective employment: finding the optimal strategy*: monograph [Motyvatsiia efektyvnoi zainiatosti: poshuk optymalnoi stratehii: monohrafiia], KOD, Kirovohrad, 216 s. [in Ukrainian]
2. Onikienko, V. V., Tkachenko, L. H., Yemelyanenko, L. M. (2007). *Development of the labor market of Ukraine: trends and prospects*. Ed. by V. V. Onikienko [Rozvytok rynku pratsi Ukrainy: tendentsii ta perspektyvy; za red. V. V. Onikienko], Rada po vyvchenniu produktyvnykh syl Ukrainy NAN Ukrainy, 288 s. [in Ukrainian]
3. *About employment of the population*: Law of Ukraine, No. 5067-VI, 05.07.2012 [Pro zainiatist naselennia: Zakon Ukrainy, No. 5067-VI, 05.07.2012]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text> [in Ukrainian]
4. Grishnova, O. A. (2006). *Labor economics and social and labor relations* [Ekonomika pratsi ta sotsialno-trudovi vidnosyny], Znannia, Kyiv, 559 s. [in Ukrainian]
5. Zlupko, S. N. (1985). *Theoretical and managerial aspects of employment in a developed socialist society* [Teoretiko-upravlencheskie aspekty zanyatosti v razvitom sotsialisticheskom obshchestve], Naukova dumka, Kyiv, 144 s. [in Russian]
6. Gurshumov, I. P., Yusufbekov, Yu. R. (1989). *Labor problems: employment and mobility*. [Problemy truda: zanyatost i mobilnost], Donish, Dushanbe, 237 s. [in Russian]
7. Gorelov, N. A. (1989). *Economics of labor resources* [Ekonomika trudovykh resursov], Vysshaya shkola, 208 s. [in Russian]
8. Bondar, I. K., Yaroshenko, G. V. (eds) et al. (1999). *Monitoring of social processes in Ukraine* [Monitorynh sotsialnykh protsesiv v Ukraini; za red. I. K. Bondar, G. V. Yaroshenko ta in.], Znannia, Kyiv, 260 s. [in Ukrainian]
9. Mochernyi, S. V. (1996). *Fundamentals of economic knowledge: questions and answers* [Osnovy ekonomichnykh znan: zapytannia i vidpovidi], Femina, Kyiv, 270 s. [in Ukrainian]
10. Shevchenko, L. (1995). Employment in a market economy [Zanyatost v rynochnoy ekonomike], *Biznes Inform*, No. 3–4, s. 22–25 [in Russian]
11. Kuzmin, S. A. (1990). *Effective employment of the population* [Effektivnaya zanyatost naseleniya], Ekonomika, Moskva, 143 s. [in Russian]
12. Venger, A. M. (1999). *Effective employment of the population of Ukraine: socio-economic characteristic* [Efektyvna zainiatist naselennia Ukrainy: sotsialno-ekonomichna kharakterystyka], *Zainiatist ta rynek pratsi: Mizhvidomchyi zbirnyk nauk. prats*, RVPS Ukrainy NAN Ukrainy, Kyiv, Vyp. 10, s. 172–180 [in Ukrainian]
13. Maslova, E. V. (2017). *Labor market and employment regulation: development of professional competencies and employment skills of young professionals*: monograph [Rynek truda i regulirovanie zanyatosti: razvitie professionalnykh kompetentsiy i sposobnosti trudoustroystva molodykh spetsialistov: monografiya], Izdatelskiy dom VGU, Voronezh, 121 s. [in Russian]
14. Buyak, B. (2007). Youth as a special socio-demographic group in the conditions of the social and legal state and civil society formation [Molod, yak osoblyva sotsialno-demohrafichna hrupa v umovakh stanovlennia sotsialno-pravovoi derzhavy ta hromadianskoho suspilstva],

- Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy*, Vyp. 36, s. 198–209 [in Ukrainian]
15. *Youth of Ukraine – 2018* [Molod Ukrainy – 2018], Rezultaty reprezentatyvnoho sotsiologichnoho doslidzhennia], DP «Redaktsiia informatsiinoho biuletenia «Ofitsiinyi visnyk Prezydenta Ukrainy», Kyiv, 72 s. [in Ukrainian]
 16. *Skills of the XXI century through the eyes of young people and employers* (2021) [Navychky XXI stolittia ochyma molodi ta robotodavtsiv], Zvit za rezultatamy onlain-opytuvannia, Kyiv. Retrieved from: <https://dismp.gov.ua/zvit-za-rezultatami-onlajn-opituvannya-navichki-hhi-stolittya-ochima-molodi-ta-robotodavciv> [in Ukrainian]
 17. Kutsevolova, M. V. (2017). Factors influencing on the regions employment of the population: opportunities for using in the process of employment policy forming [Faktory vplyvu na zainiatist naselennia rehioniv: mozhlyvosti vykorystannia u protsesi formuvannia polityky zainiatosti], *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika*, No. 2 (30), s. 225–236 [in Ukrainian]
 18. *Youth in the labor market: 21st century skills and career building* (2019) [Molod na rynku pratsi: navychky XXI stolittia ta pobudova kariery], Shchorichna dopovid Prezydentovi Ukrainy, Verkhovnij Radi Ukrainy, Kabinetu Ministriv Ukrainy pro stanovyshe molodi v Ukraini (za pidsumkamy 2018 roku), Derzhavnyi instytut simeinoi ta molodizhnoi polityky, Kyiv, 107 s. [in Ukrainian]

***МЕНЕДЖМЕНТ ТА
БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ***

УДК 005.4+177+378

Євген Антонович РЕВТЮК

доктор економічних наук, доцент, ад'юнкт Інституту управління та інформаційних технологій Познанської політехніки,
Республіка Польща, e-mail: yevhen.revtiuk@put.poznan.pl,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9229-5015>

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ЕТИЧНОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ

Ревтюк, Є. А. Дослідження процесів управління етичною політикою на прикладі українських університетів. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 82–96.

Анотація. У статті розглянуто процеси розробки та імплементації етичної політики у закладах вищої освіти на прикладі українських університетів. Метою дослідження є оцінка ефективності управлінських процесів запровадження етичної політики у вітчизняних університетах. Об'єктом дослідження обрано двадцять найбільш рейтингових університетів України у 2021 році за версією консолідованого рейтингу закладів вищої освіти України. У запропонованому дослідженні використано метод контент-аналізу для аналізу нормативних документів у сфері етичної політики обраних університетів. Аналіз сфокусовано на запропонованих основних критеріях, які характеризують ефективність запровадження етичної політики, а саме: наявності затверджених етичних програм; посадових осіб, відповідальних за запровадження програм; етичних тренінгів; системи зворотнього зв'язку; розроблених мотиваційних механізмів; процедур етичного аудиту; процедур перегляду етичних програм. У результаті дослідження було ідентифіковано низку проблем, пов'язаних із запровадженням етичної політики, характерних для аналізованих університетів, а саме: формальний характер етичних програм, відсутність відповідальних осіб за запровадження політики (етичних офіцерів), спрямованість етичних тренінгів виключно на підвищення академічної доброчесності, відсутність ефективних систем зворотного зв'язку, відмова від використання систем мотивації працівників до дотримання етичних стандартів, відсутність етичного аудиту, відсутність процедур перевірки етичних норм нових працівників. Запропоновано елементи управління етичною політикою, що дозволять її ефективно запровадити у вітчизняних університетах. Дослідження має допомогти університетському управлінському корпусу більш ефективно використовувати етику як інструмент управління.

Ключові слова: бізнес етика; університет; управління у вищій освіті; інструменти управління; етика в управлінні; етичний кодекс.

Евген Антонович РЕВТЮК

доктор экономических наук, доцент, адъюнкт Института управления и информационных технологий Познанской политехники,
Республика Польша, e-mail: yevhen.revtiuk@put.poznan.pl,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9229-5015>

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ЭТИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКОЙ НА ПРИМЕРЕ УКРАИНСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ

Ревтюк, Е. А. Исследование процессов управления этической политикой на примере украинских университетов. *Вестник социально-экономических исследований* : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2021. № 2 (77). С. 82–96.

Аннотация. В статье рассмотрены процессы разработки и имплементации этической политики в высших учебных заведениях на примере украинских университетов. Целью исследования является оценка эффективности управленческих процессов внедрения этической политики в отечественных университетах. Объектом исследования являются двадцать самых рейтинговых университетов Украины в 2021 году по версии консолидированного рейтинга высших учебных заведений Украины. В предлагаемом исследовании использован метод контент-анализа для анализа нормативных документов в сфере этической политики выбранных университетов. Анализ сфокусирован на предложенных основных критериях, которые характеризуют эффективность внедрения этической политики, а именно, наличии: утвержденных этических программ; должностных лиц, ответственных за внедрение программ; этических тренингов; системы обратной связи; разработанных мотивационных механизмов; процедур этического аудита; процедур пересмотра этических программ. В результате исследования были идентифицированы проблемы, связанные с внедрением этической политики, характерные для рассматриваемых университетов, а именно: формальный характер этических программ, отсутствие ответственных лиц за внедрение политики (этических офицеров), направленность этических тренингов исключительно на повышение академической добропорядочности, отсутствие эффективных систем обратной связи, отказ от использования систем мотивации работников к соблюдению этических стандартов, отсутствие этического аудита, отсутствие процедур проверки этических норм новых работников. Предложены элементы управления этической политикой, которые позволят эффективно ее внедрять в отечественных университетах. Исследование должно помочь университетскому управленческому корпусу более эффективно использовать этику как инструмент управления.

Ключевые слова: бизнес этика; университет; управление в высшем образовании; инструменты управления; этика в управлении; этический кодекс.

Yevhen REVTIUK

Doctor of Economics, Associate Professor, Adjunct Professor of the Institute of Management and Information Technology, Poznan University of Technology, Poland, e-mail: yevhen.revtiuk@put.poznan.pl, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9229-5015>

ETHICAL POLICY MANAGEMENT PROCESSES RESEARCH ON THE EXAMPLE OF UKRAINIAN UNIVERSITIES

Revtyuk, Ye. (2021). Ethical policy management processes research on the example of Ukrainian universities [Doslidzhennia protsesiv upravlinnia etychnoiu politykoju na prykladi ukraïnskykh universytetiv], *Socio-economic research bulletin, Visnik social'no-ekonomičnih doslidžen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (77), pp. 82–96.

Abstract. The article considers the processes of development and implementation of ethical policy in higher education institutions on the examples of Ukrainian universities. The aim of the study is effectiveness assessing of management processes for ethical policy implementation in domestic universities. The object of the research is the twenty top-rated universities in Ukraine, according to the 2021 Consolidated Rating of Higher Education Institutions. In the proposed study, the method of content analysis was used for analysis of regulatory documents in the field of ethical

policy of selected universities. The analysis focuses on the proposed basic criteria that characterize the effectiveness of the ethical policy implementation, namely, on availability: approved ethical programs; an officials responsible for implementing programs; ethical training; feedback systems; developed motivational mechanisms; ethical audit procedures; procedures for reviewing ethical programs. As a result of the study, problems are identified related to the implementation of ethical policies that are specific to the universities in question, namely: the formalistic nature of ethical programs, the lack of responsible persons for the policies implementation (ethical officers), the focus of ethical trainings solely on improving academic integrity, the lack of effective feedback systems, refusal to use employee motivation systems to comply with ethical standards, the lack of ethical audit, the lack of procedures for verifying the ethical standards of new employees. The elements of ethical policy management, which will allow its effective implementation in domestic universities, are proposed. The study should help the university management corps to use ethics more effectively as a management tool.

Keywords: business ethics; university; management in higher education; management tools; ethics in management; code of ethics.

JEL classification: I230; M140

DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.2\(77\).2021.82-96](https://doi.org/10.33987/vsed.2(77).2021.82-96)

Постановка проблеми у загальному вигляді. За останнє десятиріччя перед українськими університетами постала низка викликів, таких як зменшення кількості випускників шкіл, зростання кількості бажаючих здобувати освіту за кордоном [1], невідповідність отриманих знань та навиків випускників вимогам ринку [2], стрімке старіння науково-педагогічних кадрів [3, с. 34], недовіра суспільства до вітчизняної вищої школи [3, с. 14], головним із шляхів подолання яких є підвищення якості управління університетами. Окремо слід виділити проблему корупції у вищих навчальних закладах. Так, за результатами опитувань, проведених Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва та фірмою «Юкрейніан соціолоджі сервіс»: у 2017 році 24% респондентів відмітили, що вони стикалися з хабарництвом у вищій школі [4], при цьому у 2016 році 37% респондентів відзначили корумпованість викладацького складу ВНЗ як найбільш серйозну проблему української вищої школи [2]. У суспільстві існує консенсус щодо того, що першочерговим кроком для покращення якості вищої освіти має бути саме боротьба з усіма проявами корупції і нечесності у ВНЗ [2]. Використання інструментів етичного менеджменту дозволяє як підвищити ефективність управлінських процесів в організації за рахунок врахування етичних внутрішніх та зовнішніх наслідків від прийняття та імплементації управлінських рішень [5, с. 7], так і покращити сприйняття університету зовнішніми та внутрішніми стейкхолдерами [6, с. 211]. Таким чином, запровадження принципів етичного менеджменту в практику управління вітчизняними університетами є надзвичайно актуальним.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Основною метою етичного менеджменту є формування бажаної поведінки працівників [5, с. 27]. При цьому чи не найважливішим інструментом формування такої поведінки є етична культура яка відповідає місії та цілям організації [7, с. 198–201]. У свою чергу, організація задля формування бажаної етичної культури може послуговуватися як формальними (етична політика, етичний кодекс, тренінги, система мотивації, процеси прийняття управлінських рішень), так і неформальними (етичні норми,

ритуали, міфи та історії успіху) управлінськими інструментами [8, с. 187–191]. У цьому дослідженні увагу акцентовано на використанні формальних управлінських інструментів задля імплементації етичної політики менеджментом українських університетів.

В останнє десятиріччя доволі популярним став процес запровадження етичних програм в українських університетах, який в західних університетах розпочався в другій половині минулого сторіччя. Для прикладу, вперше професійний кодекс Американської асоціації університетських професорів був розроблений у 1966 році. З того часу етичні кодекси університетів постійно еволюціонували, охопивши всі категорії працівників університетів [9, с. 172].

Основною функцією етичних програм є формування індивідуальної чи групової поведінки членів організації відповідно до колективних етичних стандартів [10, с. 91]. Таким чином, вірно підготовлена та впроваджена етична програма може допомогти управлінському корпусу сформувати бажану етичну культуру та зменшити можливості для неетичної поведінки членів організації [7, с. 198]. У свою чергу, етична програма університету повинна охоплювати різноманітні за своїми професійними та іншими характеристиками групи членів університетської спільноти як от: науковців, викладачів, студентів, управлінський персонал і т.д., кожна з яких, в свою чергу, може формувати власну субкультуру та, як наслідок, специфічні для представників цієї групи етичні стандарти. Отже, правильно розроблена та імplementована у внутрішнє середовище організації етична програма відіграє важливу регуляторну роль у житті академічної спільноти [11, с. 261–262].

Задля справедливості варто відмітити, що ефективність використання подібних управлінських інструментів неодноразово ставилася під сумнів дослідниками (для прикладу [12, с. 32–33]), причиною чого є те, що: 1) в даних документах, зазвичай, чітко не окреслюються обов'язки членів організації, а радше описуються цінності (для прикладу «декларація цінностей» (англ. «statement of values») чи «кодекс поведінки» (англ. «code of conduct») організації [7, с. 224]); 2) з огляду на те, що члени університетської спільноти одночасно залучені до різних сфер діяльності (викладання, навчання, наукова діяльність, виконання адміністративних функцій, тощо), тому доволі важко окреслити універсальні правила та процедури, які б охоплювали всі вищеперелічені області [9, с. 178]; 3) прийняття та слідування етичним правилам та нормам зі сторони членів університетської спільноти значною мірою залежить від готовності представників вищих щаблів управління університету і наукових авторитетів стати «етичними лідерами» [13, с. 259]; 4) ефективність імплементації етичних стандартів залежить від готовності управлінського корпусу послідовно впроваджувати елементи етичної програми в життя університетської спільноти.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Розробка та запровадження етичної політики організації є досить довготривалим процесом, який вимагає не тільки витрат, але й постійної уваги зі сторони керівництва організації. Низка досліджень демонструють, що серед представників управлінського корпусу західних бізнес-корпорацій існує консенсус щодо того, що такі затрати коштів та часу є вдалою формою інвестування, адже дозволяють не тільки регулювати в бажаному напрямку поведінку працівників, але й сприяють створенню позитивного іміджу компанії в очах зовнішніх стейкхолдерів. Натомість стан та ефективність запровадження етичної політики у вищих навчальних закладах, а особливо в Україні, досліджено недостатньо.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження ефективності процесів розробки та імплементації етичних програм у вітчизняних закладах вищої освіти. Задля цього необхідно розробити методологію оцінки ефективності імплементації етичної політики організації на основі аналізу первинних управлінських документів. Дослідження запровадження розроблених етичних політик українських університетів дозволить виявити критичні точки у їх системі управління етикою та запропонувати рекомендації щодо підвищення ефективності її функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Задля розуміння ролі інструментів формування етичної політики в системі управління освітніми закладами в Україні було використано якісні методи дослідження, а саме метод контент-аналізу первинних документів, як найбільш ефективний для дослідження первинних управлінських документів [20, с. 264]. Інформаційною базою дослідження стали документи, які регламентують розробку та імплементацію етичної політики вітчизняних університетів, що розміщені на їх офіційних веб-сторінках. Серед відібраних університетів досліджувалися ті, які знаходяться у першій двадцятці консолідованого рейтингу закладів вищої освіти України у 2021 році [21]. До уваги бралися розроблені та опубліковані університетом нормативні документи у сфері етики (етичний кодекс, кодекс честі, кодекс академічної доброчесності, кодекс академічної доброчесності та корпоративної етики, положення про академічну доброчесність, кодекс корпоративної етики, кодекс етики та корпоративної культури). Для 2-х із 20-ти обраних університетів на офіційних веб-сторінках не було знайдено жодного документу, який би регламентував етичну політику університету. Натомість, три аналізовані університети послуговуються двома нормативними документами, які регламентують як загальну політику університету у сфері етики, так і політику щодо дотримання принципів академічної доброчесності студентами та працівниками вищого навчального закладу. Таким чином, під час дослідження було проаналізовано 21 первинний документ із 18 університетів.

У дослідженні було застосовано метод кодування, при цьому ключовими змінними, які були використані під час аналізу, було обрано критерії, запропоновані в роботі [11, с. 264–265] для аналізу ефективності реалізації етичної політики організації, а саме:

- 1) безпосередньо етичний кодекс, який є основою етичної програми [14, с. 908];
- 2) наявність відповідальних осіб за дотримання етичних норм в університеті (так званих етичних офіцерів, омбудперсон, членів етичного комітету, тощо) [15, с. 76–77];
- 3) ефективні етичні тренінги та інші форми інформаційних заходів, спрямовані на формування етичних норм та звичок членів організації та формування її бажаної етичної культури [16, с. 6];
- 4) діюча система зворотного зв'язку, яка може бути використана членами організації задля отримання допомоги під час вирішення етичних дилем, повідомлення про випадки неетичної поведінки, тощо [17, с. 81];
- 5) існування політики відповідальності працівників за неетичну поведінку [18, с. 450–454];
- 6) розробка та запровадження політики реагування на звинувачення щодо неетичної поведінки та порядок дій у випадку виявленні таких випадків [18, с. 117–118];
- 7) запровадження політики стимулів та винагороди за етичну поведінку [8];

8) наявність процедур етичного аудиту, ціллю якого є перевірка ефективності зусиль організації у реалізації етичної програми [19, с. 75–76];

9) існування процедур перевірки етичних стандартів нових членів організації [8, с. 174].

У результаті дослідження було виявлено наступні тенденції (узагальнений аналіз отриманих результатів наведено в табл. 1). Перш за все, у більшості аналізованих університетів (у 18-ти з 20-ти випадків), як це вже було зазначено вище, формально розроблені певні елементи політики у сфері етики. На жаль 3-и із вищезгаданих 18-ти закладів вищої освіти опублікували тільки короткі переліки загальних цінностей, яким повинні слідувати їх працівники та студенти, таким чином практично відмовившись від використання етичної політики, як інструменту управління поведінкою персоналу. Варто відмітити, що цілі та об'єкти політики відповідно до аналізованих документів значною мірою відрізняються, а саме:

- в 6-ти університетах політика у сфері етики спрямована виключно на запобігання випадків академічної недоброчесності серед науково-викладацьких працівників та студентів;

- у 5-ти випадках об'єктами політики є виключно студенти та науково-педагогічні працівники, натомість управлінський та адміністративний персонал у аналізованих документах не згадується.

Важливою складовою імплементації політики у сфері етики, як і будь-якої іншої політики організації, є наявність посадових осіб, у посадових обов'язках яких передбачено розроблення та імплементація даної політики. Лише у 8-ми проаналізованих документах вказано посадові особи, які відповідальні за розробку та імплементацію етичної політики університету. Зазвичай такими особами є голова етичного комітету (якщо формування такого передбачено) чи проректор університету. Однак, варто відмітити, що в обох випадках розробка та запровадження політики у сфері етики не є основним завданням вищенаведених посадових осіб. Навіть більше, в аналізованих документах не передбачено створення посади голови етичного комітету, до обов'язків та повноважень якого виключно належала б розробка етичної політики. Тож, навіть у тих університетах, які передбачили існування посадових осіб, відповідальних за запровадження етичної політики, це рішення є радше формальним.

Тож не дивно, що в більшості аналізованих університетів не передбачено жодних організаційних заходів, спрямованих на формування бажаного етичного середовища в організації. Так, лише в 4-х випадках декларується запровадження навчання елементам професійної етики в університетах. Щоправда, таке навчання передбачене тільки для студентів, зазвичай першого курсу, і тільки щодо правил академічної доброчесності (окремий курс чи окремий модуль у існуючих курсах з академічного письма). Варто констатувати, що аналізовані університети не провадять проактивної політики у сфері етики та відмовляються від формування етичного середовища організації шляхом формування бажаних цінностей її членів. Задля справедливості варто відмітити, що під час аналізу не бралися до уваги академічні курси з дисципліни «Етика», які передбачені в нормативній чи варіативній частині підготовки фахівців, та метою викладання яких є не стільки формування бажаної з точки зору менеджменту університету поведінки студента, скільки його ознайомлення з існуючими філософсько-ціннісними концепціями.

Таблиця 1

Результати дослідження нормативних документів у сфері етики у ЗВО першої двадцятки консолідованого рейтингу закладів вищої освіти України у 2021 році

Університет (посилання на проаналізовані документи)	Критерії								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Київський національний університет ім. Т. Шевченка [22]									
Київський політехнічний інститут ім. І. Сікорського [23]									
Львівський національний університет ім. І. Франка [24]									
Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна [25]									
Національний університет «Києво-Могилянська академія» [26]									
Національний університет «Львівська політехніка» [27]									
Національний медичний університет ім. О. О. Богомольця	документи не виявлені								
Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова [28]									
Львівський національний медичний університет ім. Д. Галицького	документи не виявлені								
Сумський державний університет [29; 30]									
Донецький національний університет ім. В. Стуса [31]									
Харківський національний університет радіоелектроніки [32]									
Харківський національний медичний університет [33]									
Дніпровський національний університет ім. О. Гончара [34]									
Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича [35]									
Дніпровський державний медичний університет [36]									
Буковинський державний медичний університет [37]									
Тернопільський національний медичний університет ім. І. Я. Горбачевського [38]									
Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника [39]									
Національний авіаційний університет [40]									

Джерело: розроблено автором

Відсутність інтересу до використання етичної політики як інструмента управління зі сторони університетського менеджменту демонструє той факт, що тільки в 4-х аналізованих університетах передбачений зворотній зв'язок для

інформування про випадки неетичної поведінки. Щоправда ефективність функціонування зворотного зв'язку і в цих виявлених випадках дуже низька. На відміну від існуючої практики використання анонімних каналів зв'язку (поштова скринька, гаряча лінія, тощо), у аналізованих випадках таке інформування відбувається шляхом особистого звернення до відповідної посадової особи (голови етичного комітету, декана, відповідного проректора, тощо), що значною мірою зменшує ефективність функціонування такого каналу зворотного зв'язку.

Що ж робити у випадку виявлення порушення етичних норм працівниками? У 12-ти університетах існує гіпотетичний механізм притягнення до відповідальності працівників та студентів за порушення етичних норм. Щоправда не зовсім зрозуміло, яким чином будуть застосовуватися санкції та за які саме порушення. У більшості аналізованих документів вказано, що особа, яка порушила етичні норми, буде притягнута до відповідальності відповідно до нормативних документів університету та законодавства України. Так, дійсно, нормативні документи та законодавство містять норми, які передбачають відповідальність особи за вчинені правопорушення чи проступки. Ці правопорушення чи проступки зазвичай є неетичними (для прикладу крадіжка чи хабарництво) і суспільно небезпечними. Але етична політика організації, у свою чергу, також повинна бути направлена на недопущення неетичної поведінки її членів, юридична відповідальність за яку не настає (для прикладу, зверхнє ставлення викладача до студента), або процедура притягнення до юридичної відповідальності за яку доволі складна (для прикладу, поширення недостовірних чуток). Тож аналізовані нормативні документи університетів не дозволяють у законний спосіб притягувати до відповідальності її членів за неетичну поведінку.

Окремо варто відмітити процедури притягнення до відповідальності за академічну недобросовісність. У цьому випадку розробники документів пропонують використовувати специфічні покарання (відмова публікувати статтю, недопущення роботи до процедури захисту, повторна здача іспиту, тощо), але, зазвичай, відсутні критерії застосування таких покарань, що створює підґрунтя для ігнорування етичних порушень чи/або зловживання відповідальними особами управлінським впливом. Тож варто констатувати, що в аналізованих університетах покарання за недотримання етичних норм не використовуються або використовуються неефективно.

Етична політика організації є важливим інструментом формування її позитивного іміджу. При цьому важливим є формування довірливих відносин із зовнішніми стейкхолдерами організації, що є процесом довготривалим та доволі кропітким. При цьому прийняття неетичних рішень менеджментом організації чи, навіть, виявлені факти неетичної поведінки її окремого представника можуть нанести невиправну шкоду іміджу організації. Підготовлений план дій на випадок виявлення фактів неетичної поведінки здатен мінімізувати репутаційні втрати та навіть, у випадку продуманої антикризової кампанії, підвищити довіру стейкхолдерів. Варто відмітити відсутність подібних планів у всіх досліджуваних університетах. Більше того, тільки в 4-х випадках у нормативних документах було окреслено певні принципи взаємодії університету із зовнішнім оточенням.

Етичний аудит є сучасним та доволі ефективним інструментом аналізу ефективності етичної політики організації. У досліджуваних документах відсутні будь-які згадки про використання етичного аудиту, при цьому тільки в етичних кодексах трьох університетів передбачено можливість аналізу (звіт відповідального

органу) чи перегляду реалізованої етичної політики. Цей факт, знову ж таки, ставить під сумнів ефективність реалізації етичної політики в обраних університетах.

Згадок про два інших елементи ефективної етичної політики, а саме системи мотивації етичної поведінки та процедури перевірки етичних норм чи етичної історії нових членів університетського співтовариства, в жодному з аналізованих документів не виявлено.

Окремо варто відмітити, що у більшості проаналізованих документів зустрічаються твердження про те, що члени академічної спільноти повинні «дотримуватися моральних норм та правил етичної поведінки» чи «дотримуватися принципів та правил академічної чесності», причому в більшості випадків відсутні, або описані нечітко, причини, які б пояснювали чому важливим є дотримання цих норм і правил для університету та суспільства, і які переваги отримає той, хто цих норм та правил дотримуватиметься. У свою чергу, незрозуміло, яким чином ці правила та норми допоможуть стати успішними випускникам університету.

Висновки і перспективи подальших розробок. Результати дослідження демонструють невтішну картину щодо практики імплементації елементів етичного менеджменту вітчизняними університетами. Під час аналізу опублікованих документів на офіційних веб-ресурсах досліджуваних університетів склалося враження, що управлінський корпус закладів вищої освіти не розуміє ролі ефективної етичної політики у досягненні цілей університету. Опубліковані документи у більшості випадків формальні за своїм змістом (для прикладу односторінкові кодекси академічної доброчесності Львівського національного університету ім. І. Я. Франка [24] та корпоративної етики ХНМУ [33]), розробники документів послуговувалися тими ж джерелами інформації (для прикладу, практично однакові за змістом та стилем кодекси честі ПНУ ім. В. Стефаника [39] та ТНМУ ім. І. Горбачевського [38]), у документах відсутні цілі етичної політики, управлінські інструменти досягнення цих цілей.

Використання запропонованих критеріїв оцінки ефективності запровадження етичної політики в організації дозволило систематизувати та узагальнити доволі різноманітні нормативні документи у сфері етики у досліджуваних університетах. Зважаючи на отримані результати, а саме: тільки два критерії (критерій 1 – наявність документу, що регламентує етичну політику та критерій 5 – передбачена відповідальність працівника у випадку неетичної поведінки) згадуються у нормативних документах більше ніж половини з аналізованих університетів, та тільки в одному університеті дотримуються п'яти з дев'яти критеріїв, можна стверджувати, що розробка та впровадження ефективної етичної політики не лежить у сфері інтересів управлінського корпусу українських університетів. Це твердження підтверджується тим, що, на відміну від знайдених в аналізованих документах згадок про існування (хай гіпотетичної, про що було сказано вище) відповідальності члена університетської спільноти у випадку допущення ним неетичної поведінки, жоден з аналізованих університетів не використовує інструменти позитивної мотиваційної політики, а саме винагороди чи стимулів тих членів університетської спільноти, етична поведінка яких може слугувати прикладом для інших. Виявлені тенденції, а саме: університети не використовують елементи етичного аудиту (критерій 8), управління етичною політикою, в кращому випадку, покладено на посадову особу як нові обов'язки на додаток до існуючих (критерій 2), існуючі односторонні канали зворотного зв'язку щодо випадків

неетичної поведінки колег є зазвичай неефективними (критерій 3), відсутні процедури перевірки етичних норм та стандартів нових членів університетської спільноти (критерій 9) демонструють, що навіть у кращих університетах сповідується пасивна парадигма управління етичним середовищем організації. При цьому, широке запровадження різноманітних документів у сфері організаційної етики у вітчизняних університетах радше є реакцією університетського менеджменту на політику регулятора у сфері зближення принципів та підходів управління до європейських практик, аніж бажання використовувати етичну політику як елемент системи управління університетом.

Серед обмежень запропонованого дослідження варто відмітити наступні. Перш за все, об'єктом аналізу виступили лише 20 кращих українських закладів вищої освіти, що дещо обмежує можливості для узагальнення отриманих результатів відносно генеральної сукупності. Крім того, під час дослідження аналізувалися виключно документи, які оприлюднені на офіційних інтернет-ресурсах університетів. Таким чином, для кращого розуміння процесів розробки та імплементації етичної політики в майбутньому варто більш ґрунтовно дослідити внутрішнє середовище університетів шляхом використання інших якісних методів. Незважаючи на вищенаведені обмеження, проведене дослідження дозволило окреслити стан впровадження елементів етичного менеджменту в практику українських університетів.

Зважаючи на виявленні тенденції у практиці управління закладами вищої освіти України, доцільно було б звернути увагу управлінського корпусу університетів перш за все на те, що запровадження принципів етичного управління вимагає не тільки розробки нормативних документів, але й послідовної їх імплементації. При цьому, критично важливим для запровадження етичної політики є створення організаційної підсистеми, яка б включала відповідальних посадових осіб (етичних офіцерів), ефективної системи зворотного зв'язку, процедур періодичного перегляду етичних програм, запровадження етичних тренінгів та використання мотиваційних інструментів формування етичної поведінки членів університетської спільноти. Зважаючи на отримані результати, в подальшому варто дослідити основні бар'єри, що перешкоджають запровадженню етичних програм у вітчизняних університетах.

Література

1. *Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2021–2031 роки* / Міністерство освіти і науки України, 2020. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/rizne/2020/09/25/rozvitku-vishchoi-osviti-v-ukraini-02-10-2020.pdf> (дата звернення: 17.05.2021).
2. *Вища освіта в умовах реформи : зміни громадської думки* / Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва : сайт. URL: https://dif.org.ua/article/vishcha-osvita-v-umovakh-reformi-zmini-gromadskoi-dumki_2016 (дата звернення: 17.05.2021).
3. Жилиєв І. Б., Ковтунець В. В., Сьомкін М. В. *Вища освіта в Україні : стан та проблеми*. Київ : Науково-дослідний інститут інформатики і права Національної академії правових наук, Інститут вищої освіти Національної академії педагогічних наук України, 2015. 96 с.
4. *Корупція у повсякденному житті українців: За що даємо хабарі? Кому і чому?* / Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва : сайт. URL: <https://dif.org.ua/article/korupsiya-u-povsyakdenному-zhitti-ukrainsiv-za-shcho-daemo-khabari-komu-i-chomu-345654> (дата звернення: 18.05.2021).

5. Melé D. *Management ethics. Placing ethics at the core of good management*. Palgrave Macmillan, 2012. 182 p. DOI: 10.1057/9780230361560.
6. Miotto G., Martín F. D., Feito C. D. C. Governance, ethics and accountability in universities strategic plans. *Ramon Llull Journal of Applied Ethics*. 2020. No. 11. Pp. 209–235.
7. Ferrell O.C., Fraedrich J., Ferrell L. *Business ethics : ethical decision making & cases*. 8th ed. Mason : South-Western Cengage Learning, 2011. 518 p.
8. Treviño L. K., Nelson K. A. *Managing business ethics: straight talk about how to do it right*. 5th ed. John Wiley & Sons, 2017. 496 p. DOI: <https://doi.org/10.1111/peps.12360>.
9. Fisher C. B. Developing a code of ethics for academics. Commentary on «ethics for all: Differences across scientific society codes» (Bullock and Panicker). *Science and Engineering Ethics*. 2003. Vol. 9. No. 2. Pp. 171–179. DOI: 10.1007/s11948-003-0004-2.
10. Lačný M., Lukáčová J., Kovalčíková I. Specifics of introducing a code of ethics into the academic environment. *Ethics and Bioethics (in Central Europe)*. 2018. Vol. 8. No. 1–2. Pp. 91–108. DOI: 10.2478/ebce-2018-0011.
11. Kaptein M. Ethics programs and ethical culture: a next step in unraveling their multi-faceted relationship. *Journal of Business Ethics*. 2009. Vol. 89. No. 2. Pp. 261–281. DOI: 10.1007/s10551-008-9998-3.
12. Doost R. K. Viewpoint: Code of ethics or no code of ethics – a university experience. *Managerial Auditing Journal*. 1997. Vol. 12. No. 1. Pp. 31–34. DOI: 10.1108/02686909710156000.
13. Painter-Morland M. *Business ethics as practice. Ethics as the Everyday Business of Business*. Cambridge University Press, 2008. 302 p. DOI: 10.1017/cbo9780511488641.
14. Murphy P. E. Implementing Business Ethics. *Journal of Business Ethics*. Springer, 1988. Vol. 7. No. 12. Pp. 907–915.
15. Hogenbirk S., & van Dun D. H. Innovative ethics officers as drivers of effective ethics programs: An empirical study in the Netherlands. *Business Ethics*. 2021. Vol. 30. No. 1. Pp. 76–89. DOI: <https://doi.org/10.1111/beer.12310>.
16. Soleymanpor M., Fattahy R., Ghahramani B. Maintaining and developing ethical corporate culture. *Journal of Global Pharma Technology*. 2016. Vol. 8. No. 5. Pp. 1–12.
17. Treviño L. K., Weaver G. R. *Managing ethics in business organizations : social scientific perspective*. Stanford University Press, 2003. 402 p.
18. Weiss J. W. *Business ethics. A stakeholder and issues management approach*. 6th ed. San Francisco : Berrett-Koehler Publishers Inc., 2014. 613 p.
19. Hofmann P. B. To minimize risk, ethics audits are as essential as financial audits. *Journal of Healthcare Management*. 2019. Vol. 64. No. 2. Pp. 74–78. DOI: 10.1097/JHM-D-19-00030.
20. Creswell J., Creswell J. D. *Research design qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 5th ed. SAGE, 2018. 388 p.
21. Консолідований рейтинг вишів України 2021 року / Портал Освіта.ua. URL: <http://osvita.ua/vnz/rating/51741> (дата звернення: 18.05.2021).
22. Етичний кодекс університетської спільноти КНУ імені Тараса Шевченка / Київський національний університет ім. Т. Шевченка : сайт. URL: <https://www.univ.kiev.ua/pdfs/official/ethical-code/Ethical-code-of-the-university-community.pdf> (дата звернення: 19.05.2021).
23. Кодекс честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» / Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського» : сайт. URL: <https://kpi.ua/code> (дата звернення: 19.05.2021).
24. Кодекс академічної доброчесності Львівського національного університету імені Івана Франка / Львівський національний університет ім. Івана Франка : сайт. URL: https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/code_academic_virtue.docx (дата звернення: 21.05.2021).

25. *Кодекс цінностей Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна* / Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна : сайт. URL: <https://www.univer.kharkov.ua/docs/work/kodeks.pdf> (дата звернення: 21.05.2021).
26. *Кодекс етики НаУКМА та склад комітету з етики* / Національний університет «Києво-Могилянська академія» : сайт. URL: <https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/kodeks-etyku> (дата звернення: 24.05.2021).
27. *Положення про кодекс корпоративної культури НУ «Львівська Політехніка»* / Національний Університет «Львівська Політехніка» : сайт. URL: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/pages/2062/lpnu-kodeks.pdf> (дата звернення: 24.05.2021).
28. *Кодекс академічної доброчесності учасників освітнього процесу Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова* / Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова : сайт. URL: <http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/acad-dobrochesnost.pdf> (дата звернення: 25.05.2021).
29. *Кодекс академічної доброчесності Сумського державного університету* / Сумський державний університет : сайт. URL: https://library.sumdu.edu.ua/data/kodeks_SSU.pdf (дата звернення: 21.05.2021).
30. *Кодекс корпоративної культури Сумського державного університету* / Сумський державний університет : сайт. URL: <https://med.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/codexssu.pdf> (дата звернення: 24.05.2021).
31. *Кодекс академічної доброчесності та корпоративної етики ДонНУ ім. В. Стуса* / Донецький національний університет ім. В. Стуса : сайт. URL: <https://www.donnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/8/2018/08/Kodeks-akademichnoyi-dobrochesnosti-ta-korporativnoyi-etiki.pdf> (дата звернення: 24.05.2021).
32. *Положення про академічну доброчесність у Харківському національному університеті радіоелектроніки* / Харківський національний університет радіоелектроніки : сайт. URL: https://nure.ua/wp-content/uploads/Main_Docs_NURE/polozhennja-pro-akademichnu-dobrochesnist.pdf (дата звернення: 25.05.2021).
33. *Кодекс корпоративної етики ХНМУ* / Харківський національний медичний університет : сайт. URL: http://www.knmu.kharkov.ua/attachments/1130_kodex.pdf (дата звернення: 21.05.2021).
34. *Кодекс честі та гідності студента Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара* / Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара : сайт. URL: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Kodeks_studenta_DNU.pdf (дата звернення: 20.05.2021).
35. *Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича* / Чернівецький національний університет ім. Юрія Федьковича : сайт. URL: <http://www.budarch.chnu.edu.ua/res//budarch/FABDPM/AcademicIntegrity/ChNU-ethic-codex.pdf> (дата звернення: 20.05.2021).
36. *Кодекс корпоративної культури державного закладу «Дніпропетровська медична академія МОЗ України»* / Дніпровський державний медичний університет : сайт. URL: <https://dmu.edu.ua/images/dma/docs/codex.pdf> (дата звернення: 21.05.2021).
37. *Кодекс етики та корпоративної культури вищого державного навчального закладу України «Буковинський державний медичний університет»* / Буковинський державний медичний університет : сайт. URL: <https://www.bsmu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/10/389-adm.pdf> (дата звернення: 21.05.2021).
38. *Кодекс честі Тернопільського національного медичного університету ім. І. Я. Горбачевського* / Тернопільський національний медичний університет ім. І. Я. Горбачевського : сайт. URL: <https://www.tdmu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Kodeks-TDMU.pdf> (дата звернення: 17.05.2021).
39. *Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»* / Первинна профспілкова організація працівників ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника» : сайт. URL: <https://ppor.pnu.edu.ua/kodeks-chesti> (дата звернення: 18.05.2021).

40. *Кодекс честі науково-педагогічного працівника і студента НАУ* / Національний авіаційний університет : сайт. URL: <https://nau.edu.ua/ua/menu/navchannya/kodeks-chesti-naukovo-pedagogichnogo-pratsivnika-i-studenta-nau> (дата звернення: 21.05.2021).

References

1. *The Strategy for the development of higher education in Ukraine for 2021-2031* (2020). [Stratehiia rozvytku vyshchoi osvity v Ukraini na 2021–2031 roky], Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy: sait. Retrieved from: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/rizne/2020/09/25/rozvutku-vishchoi-osviti-v-ukraini-02-10-2020.pdf> [in Ukrainian]
2. *Higher education in the context of reform: changes in public opinion* [Vyshcha osvita v umovakh reformy: zminy hromadskoi dumky], Fond Demokratychni initsiatyvy imeni Ilka Kucheriva: sait. Retrieved from: https://dif.org.ua/article/vishcha-osvita-v-umovakh-reformi-zmini-gromadskoi-dumki_2016 [in Ukrainian]
3. Zhyliayev, I. B., Kovtunets, V. V. & Siomkin, M. V. (2015). *Higher education in Ukraine: state and problems* [Vyshcha osvita v Ukraini: stan ta problemy], Naukovo-doslidnyi instytut informatyky i prava Natsionalnoi akademii pravovykh nauk, Instytut vyshchoi osvity Natsionalnoi akademii pedahohichnykh nauk Ukrainy, Kyiv, 96 s. [in Ukrainian]
4. *Corruption in the everyday life of Ukrainians: what do we give bribes for? To whom and why?* [Koruptsiia u povsiakdennomu zhytti ukraintsiv: Za shcho daemo khabari? Komu i chomu?], Fond Demokratychni initsiatyvy imeni Ilka Kucheriva: sait. Retrieved from: <https://dif.org.ua/article/koruptsiya-u-povsyakdennomu-zhitti-ukraintsiv-za-shcho-daemo-khabari-komu-i-chomu345654> [in Ukrainian]
5. Melé, D. (2012). *Management ethics. Placing ethics at the core of good management*. Palgrave Macmillan, 182 p. DOI: 10.1057/9780230361560.
6. Miotto, G., Martín, F. D., & Feito, C. D. (2020). Governance, ethics and accountability in universities strategic plans. *Ramon Llull Journal of Applied Ethics*, No. 11, pp. 209–235.
7. Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2011). *Business ethics: ethical decision making & cases*, 8th ed. South-Western Cengage Learning, Mason, 518 p.
8. Treviño, L. K., & Nelson, K. A. (2011). *Managing business ethics: straight talk about how to do it right*, 5th ed. John Wiley & Sons, 496 p.
9. Fisher, C. B. (2003). Developing a code of ethics for academics. Commentary on «Ethics for all: differences across scientific society codes» (Bullock and Panicker), *Science and Engineering Ethics*, Vol. 9, No. 2, pp. 171–179. DOI: 10.1007/s11948-003-0004-2.
10. Lačný, M., Lukáčová, J., & Kovalčíková, I. (2018). Specifics of introducing a Code of Ethics into the academic environment, *Ethics and Bioethics (in Central Europe)*, Vol. 8, No. 1–2, pp. 91–108. DOI:10.2478/ebce-2018-0011.
11. Kaptein, M. (2009). Ethics programs and ethical culture: a next step in unraveling their multi-faceted relationship, *Journal of Business Ethics*, Vol. 89, No. 2, pp. 261–281. DOI: 10.1007/s10551-008-9998-3.
12. Doost, R. K. (1997). Viewpoint: Code of ethics or No Code of Ethics – a University Experience. *Managerial Auditing Journal*, Vol. 12, No. 1, pp. 31–34. DOI: 10.1108/02686909710156000.
13. Painter-Morland, M. (2008). *Business ethics as practice. Ethics as the everyday business of business*. Cambridge University Press, 302 p. DOI: 10.1017/cbo9780511488641.
14. Murphy, P. E. (1988). Implementing business ethics, *Journal of Business Ethics*, Vol. 7, No. 12, pp. 907–915.
15. Hogenbirk, S., & van Dun, D. H. (2021). Innovative Ethics Officers as Drivers of Effective Ethics Programs: An Empirical Study in the Netherlands, *Business Ethics*, Vol. 30, No. 1, pp. 76–89. DOI: <https://doi.org/10.1111/beer.12310>.
16. Soleymanpor, M., Fattahy, R., & Ghahramani, B. (2016). Maintaining and developing ethical corporate culture, *Journal of Global Pharma Technology*, Vol. 8, No. 5, pp. 1–12.
17. Treviño, L. K., Weaver, G. R. (2003). *Managing ethics in business organizations: social scientific perspective*. Stanford University Press, 402 p.

18. Weiss, J. W. (2014). *Business ethics. A stakeholder and issues management approach*. 6th ed. Berrett-Koehler Publishers, Inc., San Francisco, 613 p.
19. Hofmann, P. B. (2019). To minimize risk, ethics audits are as essential as financial audits, *Journal of Healthcare Management*, Vol. 64, No. 2, pp. 74–78. DOI: 10.1097/JHM-D-19-00030.
20. Creswell, J., & Creswell, J. D. (2018). *Research design qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 5th ed. SAGE, 388 p.
21. *Consolidated ranking of Ukrainian universities in 2021* [Konsolidovanyi reitynh vyshiv Ukrainy 2021 roku], Portal Osvita.ua. Retrieved from: <http://osvita.ua/vnz/rating/51741> [in Ukrainian]
22. *Code of ethics of the university community of Taras Shevchenko National University* [Etychnyi kodeks universytetskoi spilnoty KNU imeni Tarasa Shevchenka], Kyivskyi natsionalnyi universytet im. T. Shevchenka: sait. Retrieved from: <https://www.univ.kiev.ua/pdfs/official/ethical-code/Ethical-code-of-the-university-community.pdf> [in Ukrainian]
23. *Code of honor of the National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»* [Kodeks chesti Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskyi politekhnichnyi instytut imeni Ihoria Sikorskoho»], Natsionalnyi tekhnichnyi universytet Ukrainy «Kyivskyi politekhnichnyi instytut im. Ihoria Sikorskoho»: sait. Retrieved from: <https://kpi.ua/code> [in Ukrainian]
24. *Code of academic integrity of Ivan Franko National University of Lviv* [Kodeks akademichnoi dobrochesnosti Lvivskoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Franka], Lvivskyi natsionalnyi universytet imeni Ivana Franka: sait. Retrieved from: https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/code_academic_virtue.docx [in Ukrainian]
25. *Code of values of V. N. Karazin Kharkiv National University* [Kodeks tsinnosti Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina], Kharkivskyi natsionalnyi universytet imeni V. N. Karazina: sait. Retrieved from: <https://www.univer.kharkov.ua/docs/work/kodeks.pdf> [in Ukrainian]
26. *NaUKMA Code of ethics and the committee on ethics* [Kodeks etyky NaUKMA ta sklad komitetu z etyky], Natsionalnyi universytet «Kyievo-Mohylianska akademiia»: sait. Retrieved from: <https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/kodeks-etyky> [in Ukrainian]
27. *Regulations on the Code of Corporate Culture of Lviv Polytechnic National University* [Polozhennia pro kodeks korporativnoi kultury NU «Lvivska Politekhnikha»], Natsionalnyi Universytet «Lvivska Politekhnikha»: sait. Retrieved from: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/pages/2062/lpnu-kodeks.pdf> [in Ukrainian]
28. *Code of academic integrity of participants of the educational process of Odessa I. I. Mechnikov National University* [Kodeks akademichnoi dobrochesnosti uchasykiv osvithnioho protsesu Odeskoho natsionalnoho universytetu imeni I. I. Mechnykova], Odeskyi natsionalnyi universytet imeni I. I. Mechnykova: sait. Retrieved from: <http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/acad-dobrochesnost.pdf> [in Ukrainian]
29. *Code of academic integrity of Sumy State University* [Kodeks akademichnoi dobrochesnosti Sumskoho derzhavnoho universytetu], Sumskyi derzhavnyi universytet: sait. Retrieved from: https://library.sumdu.edu.ua/data/kodeks_SSU.pdf [in Ukrainian]
30. *Code of corporate culture of Sumy State University* [Kodeks korporativnoi kultury Sumskoho derzhavnoho universytetu], Sumskyi derzhavnyi universytet: sait. Retrieved from: <https://med.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/codexssu.pdf> [in Ukrainian]
31. *Code of academic integrity and corporate ethics Vasyl' Stus Donetsk National University* [Kodeks akademichnoi dobrochesnosti ta korporativnoi etyky DonNU im. V. Stusa], Donetskyyi natsionalnyi universytet im. V. Stusa: sait. Retrieved from: <https://www.donnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/8/2018/08/Kodeks-akademichnoyi-dobrochesnosti-ta-korporativnoyi-etiki.pdf> [in Ukrainian]
32. *Regulations on academic integrity of Kharkiv National University of Radio Electronics* [Polozhennia pro akademichnu dobrochesnist u Kharkivskomu natsionalnomu universyteti radioelektroniky], Kharkivskyi natsionalnyi universytet radioelektroniky: sait. Retrieved

- from: https://nure.ua/wp-content/uploads/Main_Docs_NURE/polozhennja-pro-akademichnu-dobrochesnist.pdf [in Ukrainian]
33. *Code of corporate ethics of Kharkiv National Medical University* [Kodeks korporatyvnoi etyky KHNMU], Kharkivskyi natsionalnyi medychnyi universytet: sait. Retrieved from: http://www.knmu.kharkov.ua/attachments/1130_kodex.pdf [in Ukrainian]
 34. *Code of honor and dignity of a student of Oles Honchar Dnipro National University* [Kodeks chesti ta hidnosti studenta Dniprovskoho natsionalnoho universytetu imeni Olesia Honchara], Dniprovskyi natsionalnyi universytet imeni Olesia Honchara: sait. Retrieved from: http://www.dnu.dp.ua/docs/dnu/polozhennya/Kodeks_studenta_DNU.pdf [in Ukrainian]
 35. *Code of ethics of Yuri Fedkovych Chernivtsi National University* [Etychnyi kodeks Chernivetskoho natsionalnoho universytetu imeni Juriia Fedkovycha], Chernivetskyi natsionalnyi universytet imeni Juriia Fedkovycha: sait. Retrieved from: <http://www.budarch.chnu.edu.ua/res/budarch/FABDPM/AcademicIntegrity/ChNU-ethic-codex.pdf> [in Ukrainian]
 36. *Code of corporate culture of the State Institution «Dnipropetrovsk Medical Academy of the Ministry of Health of Ukraine»* [Kodeks korporatyvnoi kultury derzhavnoho zakladu «Dnipropetrovska medychna akademiia MOZ Ukrainy»], Dniprovskyi derzhavnyi medychnyi universytet: sait. Retrieved from: <https://dmu.edu.ua/images/dma/docs/codex.pdf> [in Ukrainian]
 37. *Code of ethics and corporate culture of the Bukovinian State Medical University* [Kodeks etyky ta korporatyvnoi kultury vyshchoho derzhavnoho navchalnoho zakladu Ukrainy «Bukovynskyi derzhavnyi medychnyi universytet»], Bukovynskyi derzhavnyi medychnyi universytet: sait. Retrieved from: <https://www.bsmu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/10/389-adm.pdf> [in Ukrainian]
 38. *Code of honor of the I. Horbachevsky Ternopil National Medical University* [Kodeks chesti Ternopilskoho natsionalnoho medychnoho universytetu im. I. Ya. Gorbachevskoho], Ternopilskoho natsionalnoho medychnoho universytetu im. I. Ya. Gorbachevskoho: sait. Retrieved from: <https://www.tdmu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Kodeks-TDMU.pdf> [in Ukrainian]
 39. *Code of honor of the Vasyl Stefanyk Precarpathian National University* [Kodeks chesti DVNZ «Prykarpatskyi natsionalnyi universytet imeni Vasylia Stefanyka»], Pervynna profspilkova orhanizatsiia pratsivnykiv DVNZ «Prykarpatskyi natsionalnyi universytet im. Vasylia Stefanyka»: sait. Retrieved from: <https://ppop.pnu.edu.ua/кодекс-честі> [in Ukrainian]
 40. *Code of conduct scientific and teaching staff and students of National Aviation University* [Kodeks chesti naukovo-pedahohichnoho pratsivnyka i studenta NAU], Natsionalnyi aviatsiynyi universytet: sait. Retrieved from: <https://nau.edu.ua/ua/menu/navchannya/kodeks-chesti-naukovo-pedagogichnoho-pratsivnika-i-studenta-nau> [in Ukrainian]

***МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО,
ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ***

УДК 334.716:65.012.45

Оксана Володимирівна ОРЛИК

кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: orox@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1235-7838>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Орлик, О. В. Сучасні тенденції та напрями використання підприємствами інформаційно-комунікаційних технологій. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 98–110.

Анотація. У статті на основі узагальнення статистичних даних досліджено сучасні тенденції щодо використання підприємствами України інформаційно-комунікаційних технологій в їх практичній діяльності протягом 2017–2019 рр. Об'єктом дослідження є інформаційно-комунікаційні технології мережі Інтернет, які виступають ключовим фактором забезпечення інформатизації бізнесу, підвищення конкурентоспроможності та економічної безпеки підприємств. Метою статті є проведення аналізу та виявлення характеру змін у динаміці та напрямках використання вітчизняними підприємствами комп'ютерної техніки та інформаційно-комунікаційних технологій, що відбуваються протягом останніх років. У процесі дослідження використовувалися такі методи: аналітико-монографічний – при вивченні літературних джерел за темою дослідження; аналізу та синтезу – для узагальнення статистичних даних щодо тенденцій використання інформаційно-комунікаційних технологій підприємствами; системного аналізу, абстрагування, логічних узагальнень – при визначенні характерних особливостей процесу, що досліджується; абстрактно-логічний – для формування висновків. Узагальнено та проаналізовано дані щодо процесу впровадження та використання на підприємствах сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Розглянуто напрями використання мережі Інтернет, яку підприємства переважно використовують для надсилання чи отримання повідомлень електронною поштою, здійснення банківських операцій, отримання інформації про товари та послуги, отримання інформації від органів державної влади. Досліджено динаміку та напрями використання підприємствами вебсайтів, які використовують здебільшого для обслуговування клієнтів та створення електронних посилань на профілі підприємства в соціальних медіа. Проаналізовано тенденції використання послуг хмарних обчислень, серед яких підприємствами надається перевага використанню фінансових або бухгалтерських прикладних програм, електронної пошти та офісного програмного забезпечення. Визначено переваги, можливості та загрози від використання підприємствами сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Запропоновано інформаційні технології, які рекомендується активніше використовувати підприємствам в практичній діяльності в умовах пришвидшення інформатизації бізнесу.

Ключові слова: підприємство; інформаційно-комунікаційні технології; інформація; управління; економічна безпека.

Оксана Владимировна ОРЛИК

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической кибернетики и информационных технологий, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: orox@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1235-7838>

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Орлик, О. В. Современные тенденции и направления использования предприятиями информационно-коммуникационных технологий. *Вестник социально-экономических исследований* : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2021. № 2 (77). С. 98–110.

Аннотация. В статье на основе обобщения статистических данных исследованы современные тенденции использования предприятиями Украины информационно-коммуникационных технологий в их практической деятельности в течение 2017–2019 гг. Объектом исследования являются информационно-коммуникационные технологии сети Интернет, которые выступают ключевым фактором обеспечения информатизации бизнеса, повышения конкурентоспособности и экономической безопасности предприятий. Целью статьи является проведение анализа и выявление характера изменений в динамике и направлениях использования отечественными предприятиями компьютерной техники и информационно-коммуникационных технологий, происходящих в последние годы. В процессе исследования использовались следующие методы: аналитико-монографический – при изучении литературных источников по теме исследования; анализа и синтеза – для обобщения статистических данных о тенденциях использования информационно-коммуникационных технологий предприятиями; системного анализа, абстрагирования, логических обобщений – при определении характерных особенностей процесса, который исследуется; абстрактно-логический – для формирования выводов. Обобщены и проанализированы данные относительно процесса внедрения и использования на предприятиях современных информационно-коммуникационных технологий. Рассмотрены направления использования сети Интернет, которую предприятия преимущественно используют для передачи или получения сообщений по электронной почте, осуществления банковских операций, получения информации о товарах и услугах, получения информации от органов государственной власти. Исследована динамика и направления использования предприятиями вебсайтов, которые используют в основном для обслуживания клиентов и создания электронных ссылок на профили предприятия в социальных медиа. Проанализированы тенденции использования услуг облачных вычислений, среди которых предприятиями отдается предпочтение использованию финансовых или бухгалтерских приложений, электронной почты и офисного программного обеспечения. Определены преимущества, возможности и угрозы от использования предприятиями современных информационно-коммуникационных технологий. Предложены информационные технологии, которые рекомендуется активнее использовать предприятиям в практической деятельности в условиях ускорения информатизации бизнеса.

Ключевые слова: предприятие; информационно-коммуникационные технологии; информация; управление; экономическая безопасность.

Oksana ORLYK

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Economic Cybernetics and Information Technology, Odessa National Economics University, Ukraine,
e-mail: orox@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1235-7838>

**MODERN TRENDS AND DIRECTIONS OF INFORMATION AND
COMMUNICATION TECHNOLOGIES USING BY ENTERPRISES**

Orlyk, O. (2021). Modern trends and directions of information and communication technologies using by enterprises [Suchasni tendentsii ta napriamy vykorystannia pidpriemstvamy informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii], *Socio-economic research bulletin; Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (77), pp. 98–110.

Abstract. The article studies the current trends in the use of information and communication technologies by Ukrainian enterprises in their practical activities during 2017–2019 years based on the generalization of statistical data. The object of the research is the information and communication technologies of the Internet as a key factor to ensure business informatization and to increase the competitiveness and economic security of enterprises. The purpose of the article is to analyze and identify the nature of changes in the dynamics and directions of the use of computer technology, information and communication technologies by Ukrainian enterprises in recent years. The work uses the methods of analytical-monographic – in the study of literary sources on the topic of research; analysis and synthesis – to summarize statistical data on trends in the use of information and communication technologies by enterprises; system analysis, abstraction, logical generalizations – in determining the characteristic features of the process that is being investigated; abstract-logical – to form conclusions. The data relative to the process of implementation and use in enterprises of modern information and communication technologies are summarized and analyzed. The areas of use of the Internet, which enterprises are mainly used to transmit or receive email messages, banking operations, obtaining information about goods and services, obtaining information from public authorities. The dynamics and directions of use by enterprises of websites, which are used mainly to serve customers and create electronic links to business social media profiles. The tendencies of the use of cloud computing services are analyzed, among which enterprises are preferred by the use of financial or accounting applications, Email and office software. The advantages, opportunities and threats from the use of modern information and communication technologies by enterprises are identified. It is proposed the information technologies that should be recommended for enterprises in practice in the context of accelerating business informatization.

Keywords: enterprise; information and communication technologies; information; management; economic security.

JEL classification: L860; M210

DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.2\(77\).2021.98-110](https://doi.org/10.33987/vsed.2(77).2021.98-110)

Постановка проблеми у загальному вигляді. В сучасних умовах одним із найважливіших завдань, що стоїть перед вітчизняними підприємствами, є впровадження і використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), які відіграють важливу роль у забезпеченні цифрової трансформації бізнесу, економічної безпеки підприємств, підвищенні їх економічної результативності та конкурентоспроможності на основі широкого використання можливостей та засобів глобальної комп'ютерної мережі Інтернет.

Цифрова трансформація країни, регіонів, бізнесу передбачає зміну характеру та структури галузевих ринків та їх учасників. Оскільки, застарілі методи та засоби не відповідають нинішнім вимогам і тенденціям розвитку, то це спонукає підприємства до впровадження та використання у практичній діяльності сучасних інформаційних технологій. Новітні технології змінюють сучасні методи ведення бізнесу, управлінську структуру підприємств, й разом з тим, генерують унікальні конкурентні переваги для підприємств.

Сучасні тенденції, що простежуються сьогодні у діяльності вітчизняних підприємств, підтверджують важливість представленого дослідження.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Сьогодні ми можемо спостерігати багато досліджень у сфері інформаційних технологій, які сприяють розвитку не тільки економіки країни, але й суб'єктів її господарювання.

Різним аспектам запровадження і використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в практичній діяльності підприємств присвячено праці таких науковців, як: О. Є. Гудзь [1], О. В. Зибарева [2], Н. М. Самолук [3], Л. М. Уніят [4], С. О. Крайчук [5], О. І. Піжук [6], О. С. Бурлаков, І. М. Мушеник [7] та ін. Проте аналіз наукових публікацій останніх років свідчить про те, що питання аналізу сучасних трендів використання ІКТ в практичній діяльності вітчизняних підприємств недостатньо охоплені. Усе це свідчить про актуальність теми, а відтак, зумовило вибір напряму дослідження в науковому і практичному аспектах.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Актуальність дослідження питань використання сучасних ІКТ вітчизняними підприємствами обумовлена зростаючими масштабами їх впровадження не тільки в країні, але й у всьому світі, їх позитивним впливом на соціально-економічну ситуацію в країні, на стан і розвиток суб'єктів її господарювання.

В останні роки в країні змінилися тенденції використання сучасних ІКТ, окреслилися напрями та характерні особливості цього процесу. У зв'язку з цим вважаємо за доцільне дослідити сучасні тенденції та напрями використання ІКТ в діяльності українських підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є: проаналізувати та дослідити сучасні тенденції використання ІКТ в діяльності підприємств України на сучасному етапі розвитку економіки; визначити ключові аспекти, напрями та характерні особливості цього процесу; окреслити переваги, можливості та загрози від використання вітчизняними підприємствами сучасних ІКТ у практичній діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Тенденцією сучасності є збільшення інтернет-користувачів не тільки у світі, але й в Україні.

Так, за даними звіту «Digital 2021: Ukraine» [8] міжнародного агентства «We Are Social», що спеціалізується на дослідженнях у сфері медіа, на січень 2021 р. кількість інтернет-користувачів в Україні становила 29,47 млн. осіб (67,6% від загальної чисельності населення країни), а мобільних зв'язків зафіксовано 60,78 млн. (139,4% загальної чисельності населення, оскільки багато користувачів мають більше одного засобу мобільного зв'язку).

Активно користується населення соціальними мережами. Так, за даними на січень 2021 р., соціальними мережами в Україні користуються 25,7 млн. осіб (58,9% від загальної чисельності населення країни).

За рік, з січня 2020 р. до січня 2021 р., приріст інтернет-користувачів в країні склав 7,3%, активних користувачів соціальних мереж – 15,8%.

Враховуючи тенденції до активного використання мережі Інтернет в світі та в Україні, підприємства все активніше використовують у своїй діяльності сучасні ІКТ середовища Інтернет.

Використання сучасних ІКТ надає підприємствам можливість більш ефективно вести бізнес, знижувати витрати виробництва, отримувати конкурентні переваги, здійснювати ефективні маркетингові дослідження та проводити аналіз ринку, автоматизувати процеси купівлі-продажу та інформування клієнтів, відстежувати поведінку клієнтів і рівня послуг, що надаються, здійснювати вихід

на нові ринки з товарами і послугами, підвищувати ефективність взаємодії з клієнтами, постачальниками, партнерами, співробітниками, поліпшити роботу служби підтримки за рахунок інтерактивності обробки запитів споживачів, що в підсумку сприятиме підвищенню рівня економічної безпеки підприємств [9, с. 89].

За даними Державної служби статистики України [10] у 2019 р. кількість вітчизняних підприємств, які використовували комп'ютери у своїй діяльності, становила 44532 од., що складає 87,9% до загальної кількості підприємств. Кількість таких підприємств, порівняно з 2017 р., збільшилася на 10,4%. У цей же період, кількість підприємств з доступом до мережі Інтернет становила 43785 од., або 86,4% від загальної кількості підприємств. Порівняно з 2017 р. їх кількість збільшилася на 10,6%.

Аналіз статистичних даних за 2017–2019 рр. щодо основних напрямів використання мережі Інтернет підприємствами країни, наведений в табл. 1, показав, що у 2019 р. підприємства використовували мережу Інтернет:

- 98,8% підприємств – для надсилання чи отримання повідомлень електронною поштою (збільшення на 11,2%, порівняно з 2017 р.);
- 97,6% підприємств – для здійснення банківських операцій (збільшення на 11,8%);
- 89,2% підприємств – для отримання інформації про товари та послуги (збільшення на 12,7%);
- 81,5% підприємств – для отримання інформації від органів державної влади (збільшення на 13,0%);
- 53,4% підприємств – для здійснення операцій з органами державної влади (за винятком отримання інформації) (збільшення на 15,9%);
- 49,5% підприємств – для обміну миттєвими повідомленнями та користування електронною дошкою оголошень (збільшення на 15,8%);
- 41,4% підприємств – для доступу до інших фінансових послуг (збільшення на 16,8%);
- 33,0% підприємств – для здійснення телефонних дзвінків за допомогою Інтернет/VoIP-зв'язку або відео-конференцій (збільшення на 19,9%).

Таблиця 1

Напрями використання підприємствами мережі Інтернет у 2017–2019 рр.

Напрями використання	Роки					
	2017		2018		2019	
	од.	%	од.	%	од.	%
1	2	3	4	5	6	7
Кількість підприємств, які мали доступ до мережі Інтернет, од.	39582	–	43303	–	43785	–
у т.ч. за напрямками використання:						
надсилання чи отримання повідомлень електронною поштою	38929	98,4	42733	98,7	43278	98,8
здійснення телефонних дзвінків за допомогою Інтернет/VoIP-зв'язку або відео-конференцій	12048	30,4	13673	31,6	14450	33,0
отримання інформації про товари та послуги	34663	87,6	38468	88,8	39066	89,2

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
користування миттєвим обміном повідомленнями та електронною дошкою оголошень	18704	47,3	21167	48,9	21654	49,5
отримання інформації від органів державної влади	31571	79,8	35034	80,9	35671	81,5
здійснення операцій з органами державної влади (за винятком отримання інформації)	20158	50,9	22413	51,8	23361	53,4
здійснення банківських операцій	38227	96,6	42070	97,2	42754	97,6
доступ до інших фінансових послуг	15535	39,2	17612	40,7	18147	41,4

Джерело: розроблено автором за даними [10]

Як бачимо, дані свідчать, що найбільш швидкими темпами зараз розвиваються такі напрямки використання ІКТ, як: телефонні дзвінки за допомогою Інтернет/VoIP-зв'язку або відео-конференції; доступ до інших фінансових послуг; операції з органами державної влади (за винятком отримання інформації); обмін миттєвими повідомленнями і користування електронною дошкою оголошень.

Переважає ж більшість підприємств у 2017–2019 рр. використовували мережу Інтернет за такими напрямками: надсилання чи отримання повідомлень електронною поштою; здійснення банківських операцій; отримання інформації про товари та послуги; отримання інформації від органів державної влади. При цьому дані за той же період свідчать, що найменше використовувалися підприємствами такі напрями, як: здійснення телефонних дзвінків за допомогою Інтернет/VoIP-зв'язку або відео-конференції; доступ до інших фінансових послуг.

Наразі вже важко уявити ефективну роботу підприємства без власного сайту. Для підприємства це в першу чергу зручний канал зв'язку і швидкий вихід на клієнтів. Кількість підприємств, що мали діючий у мережі Інтернет вебсайт, становила у 2019 р. 17856 од., проти 16240 од. у 2017 р., що на 9,95% більше. Це більше третини (35,2%) від загальної кількості підприємств. Кількість підприємств з діючим сайтом дедалі зростає.

Найбільш швидкими темпами зростає кількість підприємств з діючим вебсайтом за підприємствами сфери:

- водопостачання; каналізації, поводження з відходами (збільшення у 2019 р. на 21,7%, порівняно з 2017 р.);
- постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (збільшення на 20,0%);
- будівництва (збільшення на 16,9%).

Дані у розрізі видів економічної діяльності, наведені в табл. 2, свідчать, що на протязі 2017–2019 рр. найбільша кількість підприємств, які мали діючий вебсайт, спостерігається у переробній промисловості – 30,2% у 2019 р., оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів – відповідно 26,2%, а найменша, серед підприємств постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря – 1,7% у 2019 р., водопостачання, каналізації, поводження з відходами – відповідно 1,6%, з ремонту комп'ютерів і обладнання зв'язку –

відповідно 0,2%. Зміни в кількості таких підприємств протягом 2017–2019 рр. не істотні. Показники стійкі й тримаються переважно в одних і тих же межах.

Таблиця 2

Кількість підприємств, що мали вебсайт у 2017–2019 рр.
(за видами економічної діяльності)

Види економічної діяльності	Роки					
	2017		2018		2019	
	од.	%	од.	%	од.	%
1	2	3	4	5	6	7
Кількість підприємств, що мали вебсайт, од.	16240	100	17522	100	17856	100
у т.ч. за видами економічної діяльності:						
переробна промисловість	4910	30,2	5288	30,2	5358	30,0
постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	275	1,7	317	1,8	330	1,8
водопостачання; каналізація, поводження з відходами	253	1,6	275	1,6	308	1,7
будівництво	1195	7,4	1366	7,8	1397	7,8
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	4257	26,2	4609	26,3	4692	26,3
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	845	5,2	882	5,0	893	5,0
тимчасове розміщування й організація харчування	554	3,4	584	3,3	601	3,4
інформація та телекомунікації	1175	7,2	1242	7,1	1245	7,0
операції з нерухомим майном	697	4,3	719	4,1	764	4,3
професійна, наукова та технічна діяльність	1251	7,7	1331	7,6	1342	7,5
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	792	4,9	869	5,0	886	5,0
ремонт комп'ютерів і обладнання зв'язку	36	0,2	40	0,2	40	0,2

Джерело: розроблено автором за даними [10]

Щодо напрямів використання вебсайтів підприємствами країни у 2017–2019 рр., то дані, наведені в табл. 3, свідчать, що у 2019 р. вони забезпечували такі можливості надання інтерактивних послуг:

- 47,4% підприємств – обслуговування клієнтів (збільшення на 13,8%, порівняно з 2017 р.);
- 46,8% підприємств – електронні посилання на профілі підприємства в соціальних медіа (збільшення на 22,1%);
- 29,4% підприємств – оголошення про відкриті вакансії або подання заяви на заміщення вакантних посад у режимі онлайн (збільшення на 14,8%);

- 28,9% підприємств – можливість замовлення товарів та послуг у режимі онлайн (збільшення на 16,0%);
- 26,0% підприємств – персоналізований уміст (контент) вебсайту для постійних клієнтів (збільшення на 15,7%);
- 25,5% підприємств – відстеження або перевірка статусу розміщених замовлень (збільшення на 13,7%);
- 17,4% підприємств – постачання продукції (товарів, послуг) у режимі онлайн (збільшення на 11,8%);
- 9,8% підприємств – навчання персоналу (збільшення на 23,0%).

Таблиця 3

Напрями використання вебсайтів підприємствами у 2017–2019 рр.

Напрями використання	Роки					
	2017		2018		2019	
	од.	%	од.	%	од.	%
1	2	3	4	5	6	7
Кількість підприємств, що мали вебсайт, од.	16240	–	17522	–	17856	–
у т.ч. за напрямками використання:						
обслуговування клієнтів	7442	45,8	8305	47,4	8471	47,4
постачання продукції (товарів, послуг) у режимі онлайн	2774	17,1	3088	17,6	3100	17,4
можливість замовлення товарів та послуг у режимі онлайн	4457	27,4	5061	28,9	5169	28,9
відстеження або перевірка статусу розміщених замовлень	4003	24,6	4537	25,9	4551	25,5
персоналізований уміст (контент) вебсайту для постійних клієнтів	4018	24,7	4565	26,1	4647	26,0
електронне посилання на профілі підприємства в соціальних медіа	6847	42,2	7980	45,5	8362	46,8
оголошення про відкриті вакансії або подання заяви на заміщення вакантних посад у режимі онлайн	4575	28,2	5185	29,6	5251	29,4
навчання персоналу	1598	9,8	1916	10,9	1965	11,0

Джерело: розроблено автором за даними [10]

Як бачимо із наведених даних, збільшення показників спостерігалось протягом усього періоду. Найбільш швидкими темпами зростало використання вітчизняними підприємствами вебсайтів в таких напрямках, як: навчання персоналу; створення електронних посилань на профілі підприємства в соціальних медіа; замовлення товарів і послуг в режимі онлайн; створення персоналізованого контенту для постійних клієнтів.

Дані також свідчать, що у 2017–2019 рр. майже половина підприємств віддавали перевагу використанню вебсайтів для обслуговування клієнтів та створення електронних посилань на профілі підприємства в соціальних медіа. Найменше вебсайти використовувалися підприємствами для навчання персоналу та постачання продукції (товарів, послуг) у режимі онлайн.

Однією із сучасних тенденцій є користування підприємствами послугами хмарних обчислень. У 2019 р. кількість підприємств, які купували послуги хмарних обчислень, збільшилася на 25,9%, порівняно з 2017 р., і становила 5207 од.

Аналіз статистичних даних за 2017–2019 рр. щодо основних напрямів використання хмарних обчислень, наведений в табл. 4, показав, що у 2019 р. вітчизняні підприємства переважно використовували такі їх види:

- 57,8% підприємств – фінансові або бухгалтерські прикладні програми (збільшення на 24,7%, порівняно з даними за 2017 р.);
- 57,1% підприємств – електронну пошту (збільшення на 36,6%);
- 47,0% підприємств – офісне програмне забезпечення (збільшення на 26,6%);
- 41,1% підприємств – сервіси для зберігання файлів (збільшення на 47,8%);
- 39,2% підприємств – хостинг бази даних підприємства (збільшення на 40,9%);
- 33,8% підприємств – комп’ютерні потужності для функціонування програмного забезпечення підприємства (збільшення на 31,3%);
- 27,9% підприємств – програми для управління взаємовідносинами з клієнтами (збільшення на 38,4%).

Таблиця 4

Використання на підприємствах послуг хмарних обчислень у 2017–2019 рр.

Види послуг хмарних обчислень	Роки					
	2017		2018		2019	
	од.	%	од.	%	од.	%
1	2	3	4	5	6	7
Кількість підприємств, які купували послуги хмарних обчислень, од.	4135	–	4831	–	5207	–
у т.ч. за видами послуг хмарних обчислень:						
електронна пошта	2175	52,6	2548	52,7	2972	57,1
офісне програмне забезпечення	1932	46,7	2125	44,0	2445	47,0
хостинг бази даних підприємства	1449	35,0	1664	34,4	2042	39,2
сервіс для зберігання файлів	1447	35,0	1788	37,0	2139	41,1
фінансові або бухгалтерські прикладні програми	2413	58,4	2585	53,5	3010	57,8
програми для управління взаємовідносинами з клієнтами	1050	25,4	1223	25,3	1453	27,9
комп’ютерна потужність для функціонування програмного забезпечення підприємства	1341	32,4	1501	31,1	1761	33,8

Джерело: розроблено автором за даними [10]

Аналіз даних показав, що спостерігається тенденція до значного збільшення кількості підприємств, що використовують у своїй діяльності ті або інші види хмарних обчислень. Найбільший приріст можна спостерігати за такими видами хмарних обчислень: сервіси для зберігання файлів; хостинг бази даних підприємства; програми для управління взаємовідносинами з клієнтами; електронна пошта.

Наведені дані свідчать, що у 2017–2019 рр. більше половини підприємств користувалися фінансовими або бухгалтерськими прикладними програмами та електронною поштою, майже половина підприємств – використовували хмарне офісне програмне забезпечення. Найменше підприємствами використовувалися програми для управління взаємовідносинами з клієнтами та комп'ютерні потужності для функціонування програмного забезпечення підприємства.

З розвитком цифрових технологій в світі значно зросли обсяги даних. За прогнозом компанії IDC, обсяг даних в світовому масштабі щороку зростатиме приблизно на 61%. До 2025 р. цей показник досягне 175 Збайт [11].

Наразі, коли інформація генерується дуже швидкими темпами, важлива роль відводиться її обробці та аналізу. Сучасні технології дають підприємствам можливість фіксувати і аналізувати величезні масиви і потоки інформації. Для вирішення цих завдань використовують технології Big Data, які дозволяють якісно і оперативно отримувати користь з цього великого масиву інформації. За допомогою технологій Big Data представники бізнесу і державні структури оптимізують різні процеси, а кінцеві споживачі отримують більш якісні послуги. Технології «великих даних» на сьогодні є найбільш перспективним напрямом для підтримки прийняття управлінських рішень, прогнозування та моделювання, управління ризиками та ін. Аналіз «великих даних» дозволяє побачити і зрозуміти зв'язки між фрагментами інформації та виявляти приховані закономірності.

До ключових джерел «великих даних» відносять [11]: інформацію з Інтернету: соціальних мереж, блогів, ЗМІ, форумів, сайтів; показання різних пристроїв: IoT-датчиків, аудіо- та відеореєстраторів, розумних гаджетів, смартфонів, стільникового зв'язку і т. д.; корпоративні відомості: архіви, внутрішні відомості підприємств і організацій та ін.

Дані за 2019 р. показали, що вітчизняні підприємства проводили аналіз «великих даних» за кількома їх джерелами, а саме:

- дані свого підприємства, отримані зі смарт-пристроїв або датчиків – 2896 од.;
- геолокаційні дані, отримані з портативних пристроїв – 1874 од.;
- дані, сформовані з соціальних медіа – 1658 од.;
- інші джерела – 2852 од.

Дані свідчать, що підприємства починають віддавати перевагу отриманню геолокаційних даних з портативних пристроїв. Так, за 2017–2019 рр. кількість таких підприємств збільшилася на 18,3%. Стійкою є і кількість підприємств, що віддають перевагу отриманню даних для аналізу з соціальних медіа. Хоча в 2018 р. спостерігалось невелике їх зниження, але вже у 2019 р. їх кількість була на рівні 2017 р., тобто практично без змін (зменшення всього на 0,1%).

А ось ситуація зі смарт-пристроями і датчиками, а також іншими джерелами отримання «великих даних», зовсім протилежна. Хоча кількісно це і найбільша група, але:

- кількість підприємств, що використовують для аналізу «великих даних» дані свого підприємства, отримані зі смарт-пристроїв або датчиків зменшилася на 9,3%, порівняно з даними за 2017 р.;
- кількість підприємств за іншими джерелами «великих даних» – зменшилася на 25,2%.

Варто зазначити, що підприємства проводили аналіз «великих даних» як власними силами (проводили працівники підприємства), так і зверталися до

зовнішніх постачальників таких послуг. При цьому, 2/3 підприємств віддають перевагу проведенню аналізу «великих даних» власними силами.

Отже, використання сучасних ІКТ мережі Інтернет докорінно змінює підходи до ведення бізнесу суб'єктами господарювання і надає їм широкі можливості та переваги, серед яких: просування своєї продукції (товарів, послуг); поліпшення іміджу; скорочення витрат; отримання конкурентних переваг; поліпшення взаємодії з клієнтами, постачальниками, партнерами, співробітниками; нові можливості, що відкриваються для виходу на нові ринки з новими товарами і послугами; контроль, шляхом відстеження поведінки клієнтів та рівня товарів і послуг, що надаються; організація зворотного зв'язку та поліпшення роботи служби підтримки користувачів, шляхом інтерактивної обробки запитів споживачів; отримання та обробка актуальної інформації, прийняття на її основі ефективних управлінських рішень та ін. Все це сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств та їх економічної безпеки.

Разом з тим, використання низки сучасних ІКТ підприємствами має не тільки переваги, але й загрози для економічної безпеки підприємства та її складових. Серед таких загроз можна виділити шкідливе програмне забезпечення, крадіжку паролів і фітінг, витік інформації, підрив репутації, зростання трафіку та ін. [12].

Проведений аналіз дозволяє звернути увагу на те, що підприємства в умовах пришвидшення інформатизації бізнесу повинні активніше включати у свою діяльність сучасні інформаційні технології, серед яких: технології Data Science, технології штучного інтелекту, технології віртуальної та доповненої реальності, технологію IoT (Інтернет речей), smart-технології, Інтернет-технології маркетингового спрямування SMM, SEO та ін.

Висновки і перспективи подальших розробок. За результатами проведеного дослідження можна зробити такі висновки. Одним з ключових трендів роботи підприємств є все більша орієнтація на сучасні ІКТ середовища Інтернет, які стали очевидною рушійною силою розвитку бізнесу з позицій підвищення ефективності діяльності та економічної безпеки підприємств.

Проведений аналіз статистичних даних показав тенденцію до збільшення показників, які характеризуються використання ІКТ вітчизняними підприємствами, протягом усього досліджуваного періоду.

У зв'язку з тим, що протягом 2020–2021 рр. у період дії Covid-19 вітчизняні підприємці почали активніше включати у свою практичну діяльність сучасні Інтернет-технології, то можна припустити, що відбудеться суттєве підвищення показників за певними напрямками використання ІКТ, зокрема таких: здійснення банківських операцій; отримання інформації про товари і послуги; отримання інформації від органів державної влади; здійснення телефонних дзвінків за допомогою Інтернет, відео-конференцій. Щодо використання вебсайтів підприємствами, то можна припустити, що дані покажуть підвищення показників за такими напрямками їх використання: обслуговування клієнтів; можливість замовлення товарів і послуг в режимі онлайн; відстеження і перевірка стану розміщених замовлень; навчання персоналу в режимі онлайн.

Подальших досліджень потребують питання, пов'язані з використанням підприємствами соціальних медіа, які все активніше включаються в практичну діяльність сучасних підприємств і впливають на їх економічну безпеку.

Література

1. Гудзь О. Є. *Сучасні інформаційно-комунікаційні технології в управлінні підприємств*. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/p_1010_70172914.pdf (дата звернення: 10.03.2021).
2. Зибарева О. В., Гольцова І. Л. Ключові аспекти та сучасні тренди розвитку цифрових технологій в діяльності підприємств України. *Ефективна економіка* : електронне фахове видання. 2020. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/15.pdf. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.13 (дата звернення: 12.03.2021).
3. Самоліук Н. М., Міщук В. А. Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на економічні результати діяльності підприємств. *Вісник НУВГП*. Серія «Економічні науки». 2019. Вип. 3 (87). С. 122–131.
4. Уніят Л. М. Інформаційно-комунікаційні технології як фактор інноваційного розвитку агропромислових підприємств. *Інноваційна економіка* : міжнар. наук.-вироб. журн. 2019. № 7-8. С. 152–159. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2019.7-8.22>.
5. Крайчук С. О. Стан запровадження інформаційних технологій в управлінні сучасними підприємствами. *Ефективна економіка* : електронне фахове видання. 2016. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4892> (дата звернення: 15.03.2021).
6. Піжук О. І. Ключові драйвери цифрової трансформації економіки. *Вісник КНУТД*. Серія : Економічні науки. 2019. № 3 (135). С. 38–47.
7. Бурлаков О. С., Мушеник І. М. Методичні основи оцінки ефективності впровадження та використання інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні підприємствами. *Інноваційна економіка* : міжнар. наук.-вироб. журн. 2017. № 5-6. С. 212–217.
8. *Digital 2021 : Ukraine*. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-ukraine> (дата звернення: 15.03.2021).
9. Орлик О. В. Підвищення економічної безпеки підприємств на основі інтернет-технологій маркетингу. *Сталий розвиток економіки* : міжнар. наук.-вироб. журн. 2019. № 2. С. 84–92. DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.1\(72\).2020.164-177](https://doi.org/10.33987/vsed.1(72).2020.164-177).
10. *Державна служба статистики України* : сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 16.03.2021).
11. *Технологии BIG DATA : ключевые характеристики, особенности и преимущества*. URL: <https://aiconference.com.ua/ru/news/tehnologii-big-data-klyuchevie-harakteristiki-osobennosti-i-preimushchestva-97883> (дата обращения: 18.03.2021).
12. Кухарська Н. П., Кухарський В. М. *Вплив соціальних мереж на корпоративну інформаційну та економічну безпеку*. 2015. URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/3740/kukharskanpkukharskyivm.pdf> (дата звернення: 18.03.2021).

References

1. Hudz, O. Ye. *Modern information and communication technologies in the management of enterprise* [Suchasni informatsiino-komunikatsiini tekhnolohii v upravlinni pidpriemstv]. Retrieved from: http://www.dut.edu.ua/uploads/p_1010_70172914.pdf [in Ukrainian]
2. Zybareva, O. V., Holtsova, I. L. (2020). Key aspects and current trends in the development of digital technologies in the activities of ukrainian enterprises [Kliuchovi aspekty ta suchasni trendy rozvytku tsyfrovyykh tekhnolohii v diialnosti pidpriemstv Ukrainy], *Efektivna ekonomika*: elektronne fakhove vydannia, No. 12. Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/15.pdf [in Ukrainian]
3. Samoliuk, N. M., Mishchuk, V. A. (2019). Influence of information and communication technologies on economic outcomes of enterprises activity [Vplyv informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii na ekonomichni rezultaty diialnosti pidpriemstv], *Visnyk NUVHP*, Seriya «Ekonomiczni nauky», Vyp. 3 (87), s. 122–131 [in Ukrainian]
4. Uniat, L. M. (2019). Information and communication technologies as a factor of innovative development of agricultural enterprises [Informatsiino-komunikatsiini tekhnolohii yak faktor innovatsiinoho rozvytku ahropromyslovykh pidpriemstv], *Innovatsiina ekonomika*:

- mizhnar. nauk.-vyrob. zhurnal, No. 7-8, s. 152–159. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2019.7-8.22> [in Ukrainian]
5. Kraichuk, S. O. (2016). Condition of information technologies' introduction in managing modern enterprises [Stan zaprovadzhennia informatsiinykh tekhnolohii v upravlinni suchasnymi pidpriemstvamy], *Efektivna ekonomika: elektronne fakhove vydannia*, No. 4. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4892> [in Ukrainian]
6. Pizhuk, O. I. (2019). The key drivers of digital transformation of the economy [Kliuchovi draivery tsyfrovoy transformatsii ekonomiky], *Visnyk KNUTD, Seriya: Ekonomichni nauky*. No. 3 (135), s. 38–47 [in Ukrainian]
7. Burlakov, O. S., Mushenyk, I. M. (2017). Methodological bases for evaluating the effectiveness of introduction and use of information and communication technologies in management of enterprises [Metodychni osnovy otsinky efektyvnosti vprovadzhennia ta vykorystannia informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii v upravlinni pidpriemstvamy], *Innovatsiina ekonomika: mizhnar. nauk.-vyrob. zhurnal*, No. 5-6, s. 212–217 [in Ukrainian]
8. *Digital 2021: Ukraine*. Retrieved from: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-ukraine>.
9. Orlyk, O. V. (2019). Enhancing economic security of enterprises on the basis of internetmarketing technologies [Pidvyshchennia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstv na osnovi internet-tekhnolohii marketynhu], *Stalyi rozvytok ekonomiky: mizhnar. nauk.-vyrob. zhurnal*, No. 2, s. 84–92. DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.1\(72\).2020.164-177](https://doi.org/10.33987/vsed.1(72).2020.164-177) [in Ukrainian]
10. *State Statistics Service of Ukraine: website* [Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: sait]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian]
11. *BIG DATA technologies: key features, peculiarities and benefits* [Tekhnologii BIG DATA: klyuchevye kharakteristiki, osobennosti i preimushchestva]. Retrieved from: <https://aiconference.com.ua/ru/news/tehnologii-big-data-klyuchevie-harakteristiki-osobennosti-i-preimushchestva-97883> [in Russian]
12. Kukharska, N. P., Kukharskyi, V. M. (2015). *The impact of social networks on corporate information and economic security* [Vplyv sotsialnykh mrezh na korporatyvnu informatsiinu ta ekonomichnu bezpeku]. Retrieved from: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/3740/kukharskanpkukharskyivm.pdf> [in Ukrainian]

УДК 330.341.1

Дмитро Вікторович СКЛЯР

аспірант кафедри економіки, права та управління бізнесом,
Одеський національний економічний університет, Україна,
e-mail: dimaskliar95@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5928-7208>

ВПЛИВ ГАЛУЗЕВИХ ТЕНДЕНЦІЙ НА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ У СФЕРІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Скляр, Д. В. Вплив галузевих тенденцій на управління бізнес-процесами у сфері електронної комерції. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 111–124.

Анотація. У статті розглянуто специфіку розвитку сфери електронної комерції та визначено основні напрямки впливу галузевих тенденцій на управління бізнес-процесами в ній. Актуалізовано необхідність розробки на основі аналітичних даних науково-практичного інструментарію та рекомендацій, що визначають й характеризують зв'язок між галузевими тенденціями та траєкторією розвитку підприємств електронної комерції. Охарактеризовано контекст та умови діяльності сучасних підприємств електронної комерції, включаючи проблематику розвитку даної сфери під впливом обмежувальних заходів, пов'язаних з пандемією коронавірусу COVID-19. Актуалізовано потребу ефективного реагування підприємства електронної комерції на певні тенденції, відзначено необхідність адаптації управління даним підприємством до зміни умов господарювання, технологічних та інституційних трансформацій. Здійснено ідентифікацію проблем та сформовано науково-практичні рішення, орієнтовані на підвищення ефективності діяльності підприємств сфери електронної комерції в умовах впливу факторів зовнішнього середовища. Визначено найбільш впливові фактори, що характеризують практику функціонування економічних суб'єктів сфери електронної комерції на поточному етапі на глобальному рівні. Досліджено провідні галузеві тенденції та умови діяльності у сфері електронної комерції та охарактеризовано вплив цих тенденцій на управління підприємствами у сфері електронної комерції. Визначено та обґрунтовано стратегічні орієнтири, окреслено базові передумови та надано науково-практичні рекомендації стосовно підвищення ефективності управління підприємствами електронної комерції за сучасних умов господарювання в контексті впливу внутрішньогалузевих тенденцій. Проаналізовано передумови трансформації практики управління бізнес-процесами в електронній комерції під впливом зазначених тенденцій.

Ключові слова: бізнес-процеси; управління бізнес-процесами; електронна комерція; підприємства; інформаційні технології; онлайн-торгівля; галузеві тенденції.

Дмитрий Викторович СКЛЯР

аспирант кафедры экономики, права и управления бизнесом,
Одесский национальный экономический университет, Украина,
e-mail: dimaskliar95@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5928-7208>

ВЛИЯНИЕ ОТРАСЛЕВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ НА УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Скляр, Д. В. Влияние отраслевых тенденций на управление бизнес-процессами в сфере электронной коммерции. *Вестник социально-экономических исследований* : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2021. № 2 (77). С. 111–124.

Аннотация. В статье рассмотрена специфика развития сферы электронной коммерции и определены основные направления влияния отраслевых тенденций на управление бизнес-процессами в ней. Актуализирована необходимость разработки на основе аналитических данных научно-практического инструментария и рекомендаций, определяющих и характеризующих связь между отраслевыми тенденциями и траекторией развития предприятий электронной коммерции. Охарактеризованы контекст и условия деятельности современных предприятий электронной коммерции, включая проблематику развития данной сферы под влиянием ограничительных мер, связанных с пандемией коронавируса COVID-19. Актуализирована потребность эффективного реагирования предприятия электронной коммерции на определенные тенденции, отмечена необходимость адаптации управления данным предприятием к изменению условий хозяйствования, технологических и институциональных трансформаций. Осуществлена идентификация проблем и сформированы научно-практические решения, ориентированные на повышение эффективности деятельности предприятий в сфере электронной коммерции в условиях воздействия факторов внешней среды. Определены наиболее влиятельные факторы, характеризующие практику функционирования экономических субъектов сферы электронной коммерции на текущем этапе на глобальном уровне. Исследованы ведущие отраслевые тенденции и условия деятельности в сфере электронной коммерции и охарактеризовано влияние этих тенденций на управление предприятиями в сфере электронной коммерции. Определены и обоснованы стратегические ориентиры, обозначены базовые предпосылки и предоставлены научно-практические рекомендации по повышению эффективности управления предприятиями электронной коммерции в современных условиях хозяйствования в контексте влияния внутриотраслевых тенденций. Проанализированы предпосылки трансформации практики управления бизнес-процессами в электронной коммерции под влиянием указанных тенденций.

Ключевые слова: бизнес-процессы; управление бизнес-процессами; электронная коммерция; предприятия; информационные технологии; онлайн-торговля; отраслевые тенденции.

Dmytro SKLIAR

Postgraduate Student of Economics, Law and Business Management Department,
Odessa National Economic University, Ukraine, e-mail: dimaskliar95@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5928-7208>

INFLUENCE OF SECTORAL TRENDS IN BUSINESS PROCESS MANAGEMENT IN E-COMMERCE

Skliar, D. (2021). *Influence of sectoral trends in business process management in e-commerce*. [Vplyv haluzevykh tendentsii na upravlinnia biznes-protsesamy u sferi elektronnoi komertsii], *Socio-economic research bulletin, Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (77), pp. 111–124.

Abstract. The article considers the specifics of e-commerce sphere development and determines the main directions of industry trends influence on the business process management. The need to develop on the basis of analytical data of scientific and practical tools and recommendations that define and characterize the relationship between industry trends and the trajectory of e-commerce enterprises development is actualized. The context and conditions of modern e-commerce enterprises activity are described, including the issues of development of this sphere under the influence of restrictive measures related to the coronavirus pandemic COVID-19. The need for the effective response of the e-commerce enterprise to certain tendencies is actualized, the necessity of adaptation of management of this enterprise to change of managing conditions, technological and institutional transformations is noted. Problems have been identified and scientific and practical

solutions have been formed, focused on improving of e-commerce enterprises efficiency under the influence of environmental factors. The most influential factors that characterize the practice of economic entities functioning in the field of e-commerce at the current stage at the global level are determined. The leading industry trends and conditions of activity in the field of e-commerce are studied and the impact of these trends on the enterprises management in the field of e-commerce is characterized. The strategic guidelines are defined and substantiated, the basic preconditions are outlined and scientific and practical recommendations are given to increase the efficiency of e-commerce enterprises management in modern business conditions in the context of the impact of intra-industry trends. The preconditions for the transformation of business process management practices in e-commerce under the influence of these trends are analyzed.

Keywords: business processes; business process management; e-commerce; enterprises; information technologies; online trade; sector trends.

JEL classification: L810; M200; Q010

DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.2\(77\).2021.111-124](https://doi.org/10.33987/vsed.2(77).2021.111-124)

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасна електронна комерція перетворюється на явище, значення якого для економіки постійно зростає. Натомість, розвиток даної сфери суттєво залежить від трендів як світової так і локальних економік [1; 2], відображаючи, з одного боку, споживчі настрої, з іншого, – зміни у технологіях організації та управління взаємодією між продавцем і покупцем, що у випадку електронної комерції реалізується значною мірою за допомогою сучасних інформаційних технологій та новітніх технічних, управлінських та організаційних моделей та рішень. Це певною мірою обумовлює трансформацію принципів й підходів до управління бізнес-процесами у сфері електронної комерції [3], що відбувається як під впливом зовнішніх відносно до даної сфери тенденцій, так і з огляду на зміни, що відбуваються в управлінській практиці.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідження трансформації управління бізнес-процесами в електронній комерції під впливом галузевих та макроекономічних тенденцій досить широко представлені в публікаціях наукового та науково-методологічного характеру. Так, ця проблематика є предметом дослідження в роботах таких науковців та фахівців-практиків як: М. О. Устенко, А. О. Руських, К. Осмудсен, Дж. Іден, Б. Бігстад, Т. Д. Ковтун, А. П. Матвієнко та інших. Також охарактеризовано специфіку електронної комерції, як об'єкту управління в роботах Я. В. Левицької, Л. Л. Лазебник, С. А. Дrajниці, Є. М. Забурмехи, О. М. Яценко, А. С. Грязіної, О. О. Шевчик. Узагальнюючи зміст наукових наробок зазначених вище дослідників варто звернути увагу на достатньо повне розкриття змісту управління електронним бізнесом, електронної комерції та торгівлі. Водночас, аналіз наукових праць виявив недостатність висвітлення специфіки управління бізнес-процесами в електронній комерції за умов впливу сучасних галузевих тенденцій.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Вивчення наукових робіт зазначених вище дослідників дозволило виявити як моменти, що мають науково-практичну цінність для розвитку теорії, методології та практики управління бізнес-процесами в електронній комерції, так і певні дискусійні питання й проблеми, що потребують більш детального опрацювання. Так, попри досить якісну розробку аналітичного контексту досліджуваної проблематики в даних

роботах все ще недостатньо висвітлено зв'язок між певними тенденціями та передбачуваною траєкторією розвитку підприємств електронної комерції. Частіше за все розглядаються емпіричні приклади та аналізується досвід ключових учасників ринку [4; 5; 6], натомість мало уваги приділяється висвітленню контексту та умов, у яких даний досвід проявлявся. Недостатньо представлено також аспект формування способів ефективного реагування підприємства електронної комерції на певні тенденції, його адаптації до зміни умов господарювання, технологій, інституційного середовища тощо.

Постановка завдання. Необхідною умовою для отримання підприємствами конкурентної переваги на вимогливому ринку електронної комерції є ідентифікація проблем та подальша орієнтація на прийняття ефективних науково-практичних рішень стосовно проблемних місць. Для того, щоб мати змогу належним чином здійснити таку ідентифікацію, з огляду на проаналізоване вище проблемне поле дослідження та дискусійні питання, метою статті є виявлення специфіки розвитку та визначення основних напрямів впливу галузевих тенденцій на управління бізнес-процесами в електронній комерції. Досягнення цієї мети пов'язане з вирішенням таких завдань: дослідження галузевих тенденцій у сфері електронної комерції; характеристики впливу цих тенденцій на управління підприємствами у сфері електронної комерції; визначення напрямків та передумов підвищення ефективності управління підприємствами електронної комерції за сучасних умов господарювання в контексті впливу внутрішньогалузевих тенденцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Характеризуючи поточні галузеві тенденції у сфері електронної комерції, варто відзначити різке зростання обсягів торгівлі підприємств електронної комерції на тлі обмежень, спричинених COVID-19, що збільшило частку роздрібних продажів в Інтернеті від загального обсягу роздрібних продажів з 16% до 19% у 2020 році, згідно з підрахунками у звіті ЮНКТАД, опублікованому 3 травня 2021 року [7]. Так, роздрібна торгівля через засоби електронної комерції помітно поживалася в більшості розвинених країн світу та країнах, що розвиваються, відмітила найвищу динаміку зростання Республіка Корея (25,9% зростання у 2020 році, порівняно з 20,8% роком раніше).

Аналіз від Finance Online [8] показує, що електронна комерція має сталу динаміку розвитку не лише у секторі B2C, продажі також збільшуються в секторі B2B і навіть можуть перерости прибуток B2C до кінця 2021 року.

За даними ресурсу Statista [9], електронні роздрібні продажі у 2020 році становили 14% усіх роздрібних продажів по всьому світу, і ці показники, як очікується, будуть продовжувати зростати і складатимуть 22% до 2023 року. Очікується, що роздрібна торгівля мобільною електронною комерцією досягне до 2021 року 3,5 трлн. доларів США.

Статистика показує, що наприкінці 2020 року сектор електронної комерції обслуговував більше 2,5 мільярдів онлайн-споживачів. Якщо поглянути на перспективу, з населенням у світі 7,7 мільярдів людей, це в цілому означає, що 25% світового населення здійснює електронні комерційні транзакції [10].

Усе більшого значення у світовій економіці набувають цифрові платформи, що тісно пов'язані з платформами електронної комерції. Так, деякі глобальні цифрові платформи досягли дуже сильних ринкових позицій у певних сферах. Зокрема, Google займає близько 90% ринку пошуку в Інтернеті. Facebook займає дві третини світового ринку соціальних медіа і є найкращою платформою соціальних медіа у понад 90% світових економік. Amazon займає приблизно 40% світової роздрібною діяльності в

Інтернеті, а його Amazon Web Services припадає на аналогічну частку світового ринку хмарних інфраструктурних послуг [11].

У Китаї WeChat (що належить Tencent) має понад 1 мільярд активних користувачів, і разом з Alipay (Alibaba) його платіжне рішення захопило практично весь китайський ринок мобільних платежів. Тим часом, за оцінками, Alibaba має близько 60% китайського ринку електронної комерції [11].

За даними ЮНКТАД Європа залишається на сьогоднішній день регіоном, що має найвищий потенціал для розвитку електронної комерції (табл. 1), згідно з Індексом електронної комерції від бізнесу до споживача (B2C) ЮНКТАД 2020. Індекс оцінює 152 країни за готовність до покупок в Інтернеті на загальну суму 4,4 трлн. дол. Країни оцінюються за доступом до захищених Інтернет-серверів, надійністю поштових послуг та інфраструктури, а також часткою їх населення, яка користується Інтернетом і має рахунок у фінансовій установі чи постачальника мобільних грошових послуг.

Таблиця 1

10 найкращих економік за рейтингом електронної комерції UNCTAD B2C 2020

№	Економіка	Частка осіб, які користуються Інтернетом (2019 або пізніше)	Частка осіб віком 15+ (2017 рік)	Безпечні Інтернет-сервери (нормалізовано, 2019)	Оцінка надійності зв'язку (2019 або пізніше)	Значення індексу (2020)	Зміна значення індексу (дані 2018-2019)	Рейтинг 2019 року
1	Швейцарія	97	98	92	97	95,9	0,6	2
2	Нідерланди	96	100	94	93	95,8	0,1	1
3	Данія	97	100	100	81	94,5	0,1	6
4	Сінгапур	89	98	94	97	94,4	-0,3	3
5	Об'єднане Королівство	96	96	84	98	93,6	0,1	4
6	Німеччина	93	99	90	91	93,4	-0,1	9
7	Фінляндія	95	100	88	91	93,4	-0,1	5
8	Ірландія	88	95	92	98	93,4	0,7	7
9	Норвегія	98	100	84	88	92,6	-0,1	8
10	Китай, Гонконгський ПАР	92	95	88	92	91,8	0,3	14

Джерело: розроблено автором за даними [12]

Дані табл. 1 показують, що за розглянутим індексом рейтинг країн очолює Швейцарія, випередивши Нідерланди, що були лідером у 2019 році. Єдиними неєвропейськими країнами серед 10 найкращих є Сінгапур, який посів четверте місце, та Гонконг (Китай) на 10-му місці.

Два найбільші ринки електронної комерції B2C у світі, Китай та США, посідають відповідно 55-е та 12-те місця в індексі. Хоча обидві країни очолюють кілька абсолютних показників, вони відстають у відносному порівнянні. Наприклад, рівень проникнення Інтернету в США нижчий, ніж у будь-якій з

економік, що входять до Топ-10, тоді як Китай посідає 87 місце у світі за цим показником. Що стосується поширення покупок в Інтернеті, Сполучені Штати посідають 12 місце, тоді як Китай – 33 місце.

Хоча наразі більшість населення розвинених країн здійснює покупки в Інтернеті, це ще не так у більшості країн, що розвиваються [11]. Наприклад, в Африці на південь від Сахари, Кенія, Маврикій, Намібія та Південна Африка є єдиними країнами, де ця частка перевищує 8%. А в більшості інших країн Африки на південь від Сахари це менше 5%.

Як показали оцінки готовності до електронної торгівлі, проведені ЮНКТАД у 27 найменш розвинених країнах, пробіли та бар'єри виявляються у низці областей політики, починаючи від інфраструктури ІКТ та платежів, закінчуючи навичками та законодавчою базою.

Через слабкі місця в місцевій екосистемі та низький технологічний потенціал споживачів та службовців, цифрові платформи в країнах, що розвиваються, повинні використовувати низку інновацій бізнес-моделі, щоб бути життєздатними. Платформам часто потрібно створювати фізичні служби ланцюга поставок та логістики, такі як розподільчі центри, пункти оплати, склади, водії та транспортні засоби. Часто виникає також потреба інвестувати в управління, ІТ та підприємницькі навички [11].

Важливим також є відслідковувати стан середовища розвитку електронної комерції країн, що розвиваються (табл. 2).

Таблиця 2

10 найкращих економік, що розвиваються,
за індексом електронної комерції B2C UNCTAD 2020

№	Економіка	Частка осіб, які користуються Інтернетом (2019 або пізніше)	Частка осіб віком 15+(2017 рік)	Безпечні Інтернет-сервери (нормалізовано, 2019)	Оцінка надійності зв'язку (2019 або пізніша)	Значення індексу 2020	Зміна значення індексу (дані 2018-2019)	Рейтинг 2019 року
4	Сінгапур	89	98	94	97	94.4	-0,3	3
10	Китай, Гонконгський ПАР	92	95	88	92	91.8	0,3	14
18	Корея, Республіка	96	95	68	100	89.8	0,0	19
30	Малайзія	84	85	71	85	81.3	1.5	31
37	Об'єднані Арабські Емірати	99	88	61	64	78.2	0,0	28
42	Таїланд	67	82	59	97	76.0	0,5	48
44	Іран (Ісламська Республіка)	70	94	57	79	75.0	-1,5	45
49	Саудівська Аравія	96	72	43	78	72.3	0,0	49
50	Катар	100	66	50	73	72.1	0,0	47
54	Оман	92	74	43	73	70.6	0,0	60

Джерело: розроблено автором за даними [12]

Дані табл. 2 свідчать про створення досить сприятливих для розвитку умов у країнах Східної, Південної та Південно-Східної Азії. Вони підтверджують поточні тенденції [13; 14], що обумовлені значною мірою активністю конкретних гравців ринку електронної комерції – підприємств, що застосовують певний управлінський інструментарій.

Згідно з даними ринку електронної комерції, заснована в США Amazon є однією з провідних платформ електронної комерції у всьому світі. Азіатські конкуренти, такі як Rakuten або Alibaba, також постійно розширюють свою частку на ринку електронної комерції B2C. Веб-сайт інтернет-аукціону eBay – найпопулярніший приклад електронної комерції C2C, що надає інтернет-підприємствам платформу для продажу своєї продукції.

У 2019 році роздрібні продажі фізичної продукції в Інтернеті склали 365,2 мільярда доларів США і, як передбачається, до 2024 року сягатимуть 600 мільярдів доларів США. Роздрібна електронна торгівля продукцією та аксесуарами в США передбачає отримання 194,4 мільярда доларів США доходу до 2024 року [15].

Дані ЮНКТАД про діяльність 13 провідних підприємств зі сфери електронної комерції, із яких 11 – з Китаю та США [7], свідчать про значне підвищення товарообігу протягом останніх двох років за більшістю підприємств (табл. 3).

Таблиця 3

Найбільші підприємства сфери електронної комерції (сектор B2C)
за обсягами товарообігу в 2020 році

Рейтинг за обсягом товарообігу		Підприємство	Розміщення головного офісу	Загальний товарообіг (млрд. дол. США)			Зміна загального товарообігу (%)	
2020 р.	2019 р.			2018 р.	2019 р.	2020 р.	2018 – 19 рр.	2019 – 20 рр.
1	1	Alibaba	Китай	866	954	1145	10,2	20,1
2	2	Amazon	США	344	417	575	21,0	38,0
3	3	JD.com	Китай	253	302	379	19,1	25,4
4	4	Pinduoduo	Китай	71	146	242	104,4	65,9
5	9	Shopify	Канада	41	61	120	48,7	95,6
6	7	eBay	США	90	86	100	-4,8	17,0
7	10	Meituan	Китай	43	57	71	33,0	24,6
8	12	Walmart	США	25	37	64	47,0	72,4
9	8	Uber	США	50	65	58	30,5	-10,9
10	13	Rakuten	Японія	30	34	42	13,6	24,2
11	5	Expedia	США	100	108	37	8,2	-65,9
12	6	Booking	США	93	96	35	4,0	-63,3
13	11	Airbnb	США	29	38	24	29,3	-37,1
Усього за підприємствами у списку				2035	2399	2890	17,9	20,5

Джерело: розроблено автором за даними [7]

Попри це, деякі підприємства, які, зокрема, були тісно пов'язані з туристичною сферою та готельним бізнесом, показали суттєве зниження товарообігу на тлі карантинних обмежень. Наприклад, Expedia впала з 5-го місця в 2019 році до 11-го в 2020 році, Booking Holdings з 6-го на 12-е, а Airbnb, яка запустила свою первинну публічну пропозицію в 2020 році, з 11-го на 13-е.

Незважаючи на зменшення товарообігу на підприємствах, що працюють у сфері гостинності та туризму, загальний товарообіг 13-ти найбільших підприємств сфери електронної комерції B2C зріс на 20,5% у 2020 році порівняно з 2019 роком (що вище, ніж зростання за 2018–2019 рік (17,9%)). Особливо великі прибутки отримали Shopify (зростання на 95,6%) та Walmart (72,4%). Загалом, товарообіг сфери B2C 13-ти найбільших підприємств склав у 2020 році 2,9 трлн. доларів США.

Важливою тенденцією, що характеризує процеси глобального розвитку електронної комерції, є сприяння створенню нових робочих місць [16]. Кількість робочих місць в електронній комерції у світі виросла на 334%, додавши 178 000 робочих місць з 2002 року. Натомість, іншим проявом цієї тенденції є те, що робочі місця в роздрібній офлайн торгівлі скорочуються: за останні п'ять років кількість робочих місць, пов'язаних з електронною торгівлею, зросла вдвічі, значно випередивши інші види роздрібною торгівлі за темпами зростання [17].

Активізація онлайн-продажів через пандемію коронавірусу і впровадження внаслідок неї карантинних обмежень по-різному проявилася в країнах із різним рівнем розвитку інтернет-торгівлі [18]. Так, за оцінками Digital Commerce 360, в 2020 році ринок електронної комерції в США виріс на 44%, що є найбільшим річним приростом у цьому столітті, склавши \$ 861,12 млрд. Частка товарообігу електронної комерції в загальному обсязі доходів ритейлерів у 2020 році склала 21,3% порівняно з 15,8% в 2019 році і 14,3% в 2018 році. Експерти оцінюють зростання онлайн-покупок через вплив фактору COVID-19 в 2020 році у США сумою \$ 174,87 млрд. [18]. При цьому загальний обсяг роздрібних продажів в США збільшився за 2020 рік на 6,9%, до \$ 4,04 трлн.

У Південній Кореї в 2020 році виручка місцевих ритейлерів зросла на 5,5% порівняно з 2019 роком. При цьому продажі інтернет-магазинів збільшилися на 18,4%, а виручка офлайн-магазинів знизилася на 3,6% [18].

Обсяг товарообігу сфери електронної торгівлі Німеччини у 2020 році зріс на 14,6% (за попередні три роки середнє зростання – 11,3%), й склав 83,3 млрд. євро. Ринок онлайн-торгівлі Польщі за аналізований рік розвивався найдинамічніше у Європі, досягши обсягу в 22 млрд. євро [18].

Наведена статистика свідчить про зростаюче значення електронної комерції в роздрібних продажах розвинутих країн світу та країн, що розвиваються. Розвиток систем електронної комерції та посилення взаємозв'язків між цим бізнесом та споживачами обумовили потребу дослідження чинників, що визначають ефективність сприйняття таких систем користувачами та ефективність управління ними.

Характеризуючи вітчизняну практику управління бізнес-процесами в сфері електронної комерції слід відзначити, що її розвиток в цілому повторює загальносвітові тенденції [19], водночас, з певною нерівномірністю та значним відривом лідерів ринку й основної маси гравців. Так, в контексті наведених раніше даних щодо значного (майже втричі) перевищення динаміки розвитку онлайн-продажів в Україні відносно середнього по світі у 2020 році на тлі пандемічних обмежень, основним викликом для сталості функціонування бізнес-процесів вітчизняних підприємств електронної торгівлі стає зростаюча база покупців в інтернеті, отже – зростаюче навантаження на технічні системи та персонал: на початок 2021 року 55% українців в містах 50 000+ є онлайн-покупцями. Переважно (75%) ці покупці мають вік 25-54 роки [20]. Головний додатковий приріст в онлайн-торгівлі за 2020 рік забезпечено продажем дитячого харчування (36%), будівельних

матеріалів (33%), автотоварів (32%), електронних компонентів й систем (30%) та косметики (30%). Водночас за часткою у загальному обсязі продажів традиційно зберігає лідерство категорія «Одяг та взуття» (близько 70% продажів).

Значною мірою саме уподобання споживачів визначають ринкові позиції певних підприємств сфери електронної комерції, що спеціалізуються на певних продуктових групах. Й саме ця спеціалізація певною мірою обумовлює конфігурацію бізнес-процесів на підприємстві, можливий відхід від стандартної для електронної комерції моделі як в деталях, на яких базуються порівняльні конкурентні переваги підприємств, так і в принципових позиціях (спосіб взаємодії, терміни поставки, гарантії, асортимент продукції, супутні послуги тощо). Так, найбільш відвідуваними платформами електронної комерції в Україні у 2020 році були (за сумарною місячною кількістю візитів на сайт) OLX, Rozetka та Prom.ua (рис. 1).

Аналізуючи діяльність підприємств електронної комерції в Україні, доцільно орієнтуватись на дані лідерів рейтингу за кількістю відвідувачів, що показують провідні позитивні тенденції розвитку та в цілому позитивну практику на рівні країни, яка дозволяє утримувати стабільні ринкові позиції. Цікавим у цьому сенсі є певна непропорційність розподілу унікальних відвідувачів платформ та відвідувань всього. Так, якщо за сумарною відвідуваністю лідером є OLX, то за кількістю унікальних відвідувачів – Rozetka, тоді як OLX лише на третьому місці. Водночас, за обома показниками трійка лідерів у цілому зберігається – OLX, Rozetka та Prom.ua.

Ще однією особливістю розвитку електронної комерції України, що позначається на організації бізнес-процесів, є поширення продажів за допомогою соціальних мереж. Натомість, на відміну від поширення практики у розвинених країнах щодо створення магазинів і вітрин в соцмережах, в Україні переважно використовують Instagram-зображення продукції з комунікацією та процедурою прийняття-підтвердження-обробки замовлень через месенджери.

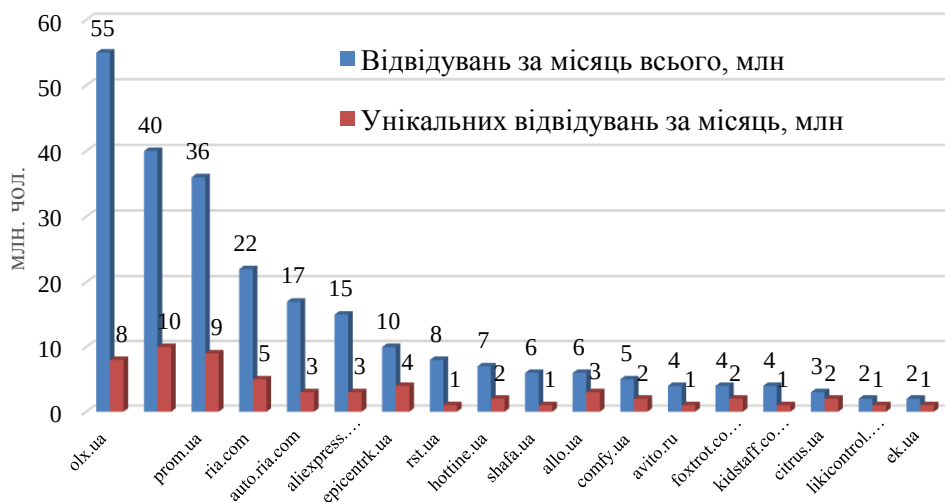


Рис. 1. Відвідування онлайн-платформ електронної комерції в Україні в 2020 році

Джерело: розроблено автором за даними [20]

Так, саме Instagram став основним торгівельним майданчиком для невеликих локальних брендів (12% жінок і 2,8% чоловіків купують через цю соцмережу одяг, взуття та аксесуари). На другому місці серед соцмереж – Фейсбук (5,1% жінок та 3,2% чоловіків). При цьому найбільше продукції і чоловіки, і жінки в Україні купують в традиційних (офлайн) магазинах (відповідно 62,8% та 66,3%), а серед майданчиків домінуючим є онлайн-магазини (40,4% жінок та 41,7% чоловіків).

Іншою тенденцією трансформації бізнес-процесів у сфері електронної комерції в Україні (як і в світі) є те, що все більше онлайн-продавців використовують мобільні додатки та адаптують мобільні версії сайтів для гарного сприйняття споживачами, керуючись тенденцією поширеного користування мобільними пристроями.

Як показують статистичні дослідження, головними бар'єрами, які перешкоджають придбанню продукції онлайн є небезпека доступу шахраїв до особистих даних, неможливість переконатися в якості продукції і неможливість приміряти її [20]. Розуміючи ці бар'єри та прагнучи не втрачати ринок, натомість, розвивати його, провідні підприємства даної сфери розвивають процеси, пов'язані зі створенням безпечних угод, залучаючи, у тому числі, банки та платіжних операторів, створюють можливості для офлайн взаємодії з продукцією, або забезпечують можливість для її зручного повернення у випадку, якщо вона за певних причин не підійшла споживачеві. Так, Rozetka відкриває власні магазини-склади та пункти видачі продукції, у яких можна при отриманні продукції приміряти її та/або протестувати. Маркетплейс Kasta відкрив більш ніж п'ятдесят відділень у приміщеннях «Укрпошти». Значна кількість подібних заходів, окрім мінімізації ризиків купівлі небажаної продукції, сприяє зниженню вартості доставки, що у середньому складає 5–15% вартості покупки та досить часто є вагомим аргументом для прийняття рішення про покупку.

Таким чином, до факторів, що впливають на функціонування підприємств електронної комерції на поточному етапі, вважаємо, необхідно віднести:

- 1) значне зниження вартості входу у бізнес електронної комерції протягом останніх двох десятиліть;
- 2) зростання обсягів та частки використання мобільних сервісів та пристроїв у загальному обсязі реалізації продукції електронної комерції;
- 3) активне використання соцмереж для потреб просування брендів і продукції;
- 4) зростання та активний розвиток використання електронних платежів (що обумовило значною мірою розвиток даних платежів у цілому);
- 5) активне залучення великих ритейлерів (що використовували переважно традиційні канали продажів) до електронної комерції з метою утримання ними ринкових позицій, які поступово займають підприємства електронної комерції;
- 6) активне використання переваг і потенціалу електронної комерції малими підприємствами, що дозволяє їм вийти на ринок з відносно невеликим стартовим капіталом;
- 7) створення нових робочих місць у сфері електронної комерції (та скорочення в традиційній торгівлі) як наслідок розвитку даної сфери, що характеризується значним рівнем бізнес-процесів, особливо на рівні взаємодії з клієнтами.

Наведені вище фактори визначають передумови трансформації світової практики управління бізнес-процесами в електронній комерції в умовах впливу сучасних тенденцій розвитку бізнес-середовища. Ці передумови доцільно

сформулювати у вигляді напрямів, певних векторів, орієнтирів, за якими має будуватись модель, до якої менеджмент сучасних підприємств, що використовують електронну комерцію, має прямувати для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності, сталості розвитку та ефективності завдяки максимальному використанню потенціалу бізнес-процесів в електронній комерції як об'єкту управління.

На рис. 2 узагальнено стратегічні пріоритети трансформації практики управління бізнес-процесами у сфері електронної комерції.



Рис. 2. Стратегічні пріоритети трансформації світової практики управління бізнес-процесами в електронній комерції

Джерело: розроблено автором

Отже, для того, щоб стабільно функціонувати та розвиватись в умовах ринку, сучасні підприємства електронної комерції повинні будувати та створювати свої конкурентні переваги на основі певних стратегічних пріоритетів розвитку. Для їх досягнення важливо, щоб джерела конкурентних переваг були відносно довговічними та давали переваги, які важко наслідувати конкурентам, особливо в часи, коли галузеві тенденції розвитку характеризуються швидким розповсюдженням (поширенням, наслідуванням, перехопленням) всіх інноваційних, персоналізованих рішень, у тому числі й в управлінні бізнес-процесами. Саме тому при формуванні передумов ефективного управління необхідно враховувати поточні тенденції та досвід, зважати на позитивні аспекти практики управління бізнес-процесами у сфері електронної комерції в Україні та світі.

Висновки і перспективи подальших розробок. У статті охарактеризовано специфіку та основні тенденції, що характеризують світову практику управління бізнес-процесами у сфері електронної комерції в контексті її впливу на формування передумов розвитку підприємств даної сфери за сучасних умов. Визначено, що діяльність у сфері електронної комерції заснована на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях та суттєво залежить від їх розвитку, який визначає

динаміку та варіативність використання провідних технологічних рішень в цій сфері. Показано, що електронна комерція в сучасних умовах та під впливом суспільно-економічних та технологічних тенденцій стає потужним важелем економічного розвитку в промислово розвинених країнах, а також інструментом ефективного функціонування й розвитку підприємств. І вітчизняні підприємства мають значний потенціал як для розвитку своєї діяльності у сфері електронної торгівлі на локальному рівні, так і для виходу на нові міжнародні ринки.

З огляду на поточні ринкові тенденції, одним із ключових факторів успіху підприємств електронної комерції є адекватне оцінювання ефективності управління бізнес-процесами у цій сфері, що й обумовлює перспективи подальших досліджень в напрямку удосконалення управлінського інструментарію сфери електронної комерції. Таке оцінювання має бути спрямованим на визначення можливостей та обмежень стосовно внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства електронної комерції, наслідком чого має стати підвищення в подальшому ефективності діяльності конкретного суб'єкта господарювання.

Література

1. Скляр Д. В. Світова практика управління бізнес-процесами у сфері електронної комерції. *Вісник ХДУ*. Серія : Економічні науки. 2021. № 41. С. 41–46.
2. Левицька Я. В. Сучасний стан діджиталізації у бізнес-середовищі. *Проблеми бізнес-економіки в сучасних умовах* : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 02 березня 2020 р. Львів : Галицька видавнича спілка. 2020. С. 49. URL: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/pages/187/zbirnyknulp2020biznes.pdf> (дата звернення: 12.05.2021).
3. Лазебник Л. Л. Діджиталізація економічних відносин як фактор удосконалення бізнес-процесів підприємства. *Економічний вісник*. Серія : фінанси, облік, оподаткування. 2018. № 2. С. 69–74. DOI: <https://doi.org/10.33244/2617-5932.2.2018.69-74>.
4. Дращиця С. А., Забурмеха Є. М. Електронна комерція : світові тренди та прогноз розвитку в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 5. С. 69–73.
5. Яценко О. М., Грязіна А. С., Шевчик О. О. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 8. С. 4–15.
6. Устенко М. О., Руських А. О. Діджиталізація : основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 68. С. 181–192.
7. *Global e-commerce jumps to \$26.7 trillion, COVID-19 boosts online sales* / UNCTAD : website. URL: <https://unctad.org/news/global-e-commerce-jumps-267-trillion-covid-19-boosts-online-sales> (access date: 14.05.2021).
8. *Essential Ecommerce Statistics : 2020/2021 Data and Market Share Analysis* / Finances Online : website. URL: <https://financesonline.com/40-essential-ecommerce-statistics-2019-analysis-of-trends-data-and-market-share> (access date: 14.05.2021).
9. *E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2023*. URL: <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide> (access date: 17.05.2021).
10. *Ecommerce Statistics By : 99 firms Content*. URL: <https://99firms.com/blog/ecommerce-statistics> (access date: 17.05.2021).
11. *The intricacies, impact and opportunities of e-commerce for trade and development* / UNCTAD : website. URL: <https://unctad.org/news/intricacies-impact-and-opportunities-e-commerce-trade-and-development> (access date: 18.05.2021).
12. *Switzerland climbs to top of global e-commerce index* / UNCTAD : website. URL: <https://unctad.org/news/switzerland-climbs-top-global-e-commerce-index> (access date: 18.05.2021).

13. Eurostat data : Individuals using the internet for ordering goods or services. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tin00096&plugin=1> (access date: 18.05.2021).
14. B2C e-commerce as percentage of global GDP in Western Europe from 2009 to 2018. URL: <https://www.statista.com/statistics/324588/b2c-e-commerce-as-percentage-of-gdp-western-europe> (access date: 19.05.2021).
15. Retail e-commerce sales in the United States from 2017 to 2024. URL: <https://www.statista.com/statistics/272391/us-retail-e-commerce-sales-forecast> (access date: 19.05.2021).
16. Osmundsen K., Iden J., Bygstad B. *Digital transformation: drivers, success factors, and implications*. The 12th Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS), 2019. Corfu, Greece. 105 p.
17. Вплив електронної комерції на торгові центри та на сектор роздрібної торгівлі споживачів – тематичне дослідження США / BSIC. 1 жовтня 2017 р. URL: <https://bsic.it/effects-e-commerce-shopping-malls-consumer-retail-sector-us-case-study> (дата звернення: 20.05.2021).
18. На подъеме : как в 2020 году росли рынки e-commerce в разных странах мира. URL: <https://allretail.ua/ru/news/69573-na-podeme-kak-v-2020-godu-rosli-rynki-e-commerce-v-raznyh-stranah-mira> (дата звернення: 20.05.2021).
19. Ковтун Т. Д., Матвієнко А. П. Сучасний стан і перспективи розвитку світового та вітчизняного ринків електронної комерції. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 295–303.
20. Самойленко О. *Как изменился e-commerce за карантинный 2020 год и топ-15 ecommerce-площадок по посещаемости*. URL: <https://ain.ua/2021/04/29/ecommerce-2020-v-pandemii> (дата звернення: 21.05.2021).

References

1. Sklyar, D. V. (2021). World practice of business process management in the field of e-commerce [Svitova praktyka upravlinnia biznes-protsesamy u sferi elektronnoi komertsii], *Visnyk KHDU*, Seriya: Ekonomichni nauky, No. 41, s. 41–46 [in Ukrainian]
2. Levytska, Ya. V. (2020). The current state of digitalization in the business environment [Suchasnyi stan didzhitalizatsii u biznes-seredovyshchi], *Problemy biznes-ekonomiky v suchasnykh umovakh: materialy Vseukrainskoi naukovy-praktychnoi Internet-konferentsii*, 02 bereznia 2020 r. Halytska vydavnycha spilka, Lviv, s. 49. Retrieved from: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/pages/187/zbirnyknlp2020biznes.pdf> [in Ukrainian]
3. Lazebnyk, L. L. (2018). Digitalization of economic relations as a factor in improving the business processes of the enterprise [Didzhitalizatsiia ekonomichnykh vidnosyn yak faktor udoskonalennia biznes-protsesiv pidpriemstva], *Ekonomichnyi visnyk*, Seriya: finansy, oblik, opodatkuvannia, No. 2, s. 69–74. DOI: <https://doi.org/10.33244/2617-5932.2.2018.69-74> [in Ukrainian]
4. Drazhnytsia, S. A. & Zaburmekha, Ye. M. (2018). E-commerce: global trends and development forecast in Ukraine [Elektronna komertsii: svitovi trendy ta prohnaz rozvytku v Ukraini], *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, No. 5, s. 69–73 [in Ukrainian]
5. Yatsenko, O. M., Gryazina, A. S. & Shevchyk, O. O. (2019). E-commerce as an element of the global trading system [Elektronna komertsiiya yak element hlobalnoi torhovelnoi systemy], *Aktualni problemy ekonomiky*, No. 8, s. 4–15 [in Ukrainian]
6. Ustenko, M. O. & Ruskikh, A. O. (2019). Digitalization: the basis of enterprise competitiveness in the realities of digital economy [Didzhitalizatsiia: osnova konkurentospromozhnosti pidpriemstva v realiiakh tsyfrovoy ekonomiky], *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, No. 68, s. 181–192 [in Ukrainian]
7. *Global e-commerce jumps to \$26.7 trillion, COVID-19 boosts online sales*. UNCTAD: website. Retrieved from: <https://unctad.org/news/global-e-commerce-jumps-267-trillion-covid-19-boosts-online-sales>.

8. *75 Essential Ecommerce Statistics: 2020/2021 Data and Market Share Analysis*. Finances Online: website. Retrieved from: <https://financesonline.com/40-essential-ecommerce-statistics-2019-analysis-of-trends-data-and-market-share>.
9. *E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2023*. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide>.
10. *E-commerce Statistics By: 99 firms Content*. Retrieved from: <https://99firms.com/blog/ecommerce-statistics>.
11. *The intricacies, impact and opportunities of e-commerce for trade and development*. UNCTAD: website. Retrieved from: <https://unctad.org/news/intricacies-impact-and-opportunities-e-commerce-trade-and-development>.
12. *Switzerland climbs to top of global e-commerce index*. UNCTAD: website. Retrieved from: <https://unctad.org/news/switzerland-climbs-top-global-e-commerce-index>.
13. *Eurostat data: Individuals using the internet for ordering goods or services*. Retrieved from: <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tin00096&plugin=1.development>.
14. *B2C e-commerce as percentage of global GDP in Western Europe from 2009 to 2018*. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/324588/b2c-e-commerce-as-percentage-of-gdp-western-europe>.
15. *Retail e-commerce sales in the United States from 2017 to 2024*. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/272391/us-retail-e-commerce-sales-forecast/development>.
16. Osmundsen, K., Iden, J. & Bygstad, B. (2019). *Digital transformation: drivers, success factors, and implications*, The 12th Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS), Corfu, Greece, 105 p.
17. *The impact of e-commerce on shopping malls and the consumer retail sector – case study USA* [Вплив електронної комерції на торгові центри та на сектор роздрівної торгівлі споживачів – тематичне дослідження США], BSIC, October 1, 2017. Retrieved from: <https://bsic.it/effects-e-commerce-shopping-malls-consumer-retail-sector-us-case-study/development> [in Ukrainian]
18. *On the rise: how in 2020 e-commerce markets grew in different countries around the world* [На подьомі: як в 2020 року росли ринки e-commerce в різних країнах світу]. Retrieved from: <https://allretail.ua/ru/news/69573-na-podeme-kak-v-2020-godu-rosli-rynki-e-commerce-v-raznyh-stranah-mira-development> [in Russian]
19. Kovtun, T. D. & Matvienko, A. P. (2020). Current state and prospects of world and domestic e-commerce markets development [Suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku svitovoho ta vitchyznianooho rynkiv elektronnoi komertsii], *Business Inform*, No. 4, s. 295–303 [in Ukrainian]
20. Samoilenko, O. (2020). *How has e-commerce changed during the quarantine year 2020 and the top 15 ecommerce sites in terms of attendance* [Як змінилися e-commerce за карантинний 2020 рік і топ-15 ecommerce-площадок по посещаемості]. Retrieved from: <https://ain.ua/2021/04/29/ecommerce-2020-v-pandemii> [in Russian]

УДК 338.22.021.4

Володимир Олександрович ЯНКОВИЙ

доктор економічних наук, доцент кафедри економіки, права та управління
бізнесом, Одеський національний економічний університет, Україна,
e-mail: vladimir_ya@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7005-5291>

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВАЖЛИВІШИХ ЕКОНОМІЧНИХ
КРИТЕРІЇВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ КОМПАНІЇ**

Янковий, В. О. Порівняльний аналіз важливіших економічних критеріїв інвестиційних проєктів компанії. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 125–141.

Анотація. У статті обговорюються теоретичні аспекти інвестиційного менеджменту в компанії. Детально розглянуто властивості й характеристики семи головних економічних критеріїв-показників інвестиційних проєктів, зокрема, чиста приведена вартість, індекс рентабельності, проста і модифікована внутрішня норма прибутку, простий і дисконтований термін окупності, коефіцієнт ефективності. Метою дослідження є критичний порівняльний аналіз важливіших економічних критеріїв інвестиційних проєктів компанії, таких як внутрішня норма прибутку (IRR) і модифікована внутрішня норма прибутку (MIRR), їхніх переваг та недоліків, а також подальша розробка об'єктивних теоретичних уявлень про властивості та взаємозв'язки критеріїв-показників майбутніх інвестицій, зокрема, між індексом рентабельності (PI) й модифікованою внутрішньою нормою прибутку (MIRR). Досліджено економіко-математичні властивості функції, що описує залежність чистої приведеної вартості від величини ставки дисконтування. Звертається увага фахівців сфери проєктного аналізу і топ-менеджерів компаній на недоліки внутрішньої норми прибутку, яка внаслідок особливостей розрахунку в певних випадках несе потенційну загрозу штучного завищення ефективності інвестиційного проєкту. Цей факт є суттєвою підставою для повної відмови від застосування даного показника як кількісної характеристики ефективності майбутнього виробничо-фінансового заходу. Запропоновано використовувати в якості показника ступеню ефективності інвестиційного проєкту виключно критерій «модифікована внутрішня норма прибутку», який є повністю об'єктивним, універсальним та може служити базою для розрахунку індексу рентабельності. Виведено формулу функціонального зв'язку між величиною модифікованої внутрішньої норми прибутку й індексом рентабельності майбутнього виробничо-фінансового заходу компанії.

Ключові слова: інвестиційний проєкт; економічний критерій; оцінка ефективності; портфель інвестицій.

Владимир Александрович ЯНКОВОЙ

доктор экономических наук, доцент кафедры экономики, права и управления
бизнесом, Одесский национальный экономический университет, Украина,
e-mail: vladimir_ya@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7005-5291>

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВАЖНЕЙШИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ
КРИТЕРИЕВ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ КОМПАНИИ**

Янковой, В. А. Сравнительный анализ важнейших экономических критериев инвестиционных проектов компании. *Вестник социально-экономических исследований* : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2021. № 2 (77). С. 125–141.

Аннотация. В статье обсуждаются теоретические аспекты инвестиционного менеджмента в компании. Детально рассмотрены свойства и характеристики семи главных экономических критериев-показателей инвестиционных проектов, в частности, чистая приведенная стоимость, индекс рентабельности, простая и модифицированная внутренняя норма прибыли, простой и дисконтированный срок окупаемости, коэффициент эффективности. Целью исследования является критический сравнительный анализ наиболее важных экономических критериев инвестиционных проектов компании, таких как внутренняя норма прибыли (IRR) и модифицированная внутренняя норма прибыли (MIRR), их преимуществ и недостатков, а также дальнейшая разработка объективных теоретических представлений о свойствах и взаимосвязях критериев-показателей будущих инвестиций, в частности, между индексом рентабельности (PI) и модифицированной внутренней нормой прибыли (MIRR). Исследованы экономико-математические свойства функции, описывающей зависимость чистой приведенной стоимости от величины ставки дисконтирования. Обращается внимание специалистов сферы проектного анализа и топ-менеджеров компаний на недостатки внутренней нормы прибыли, которая вследствие особенностей расчета в определенных случаях несет потенциальную угрозу искусственного завышения эффективности инвестиционного проекта. Этот факт является существенным основанием для полного отказа от применения данного показателя в роли количественной характеристики эффективности будущего производственно-финансового мероприятия. В качестве показателя степени эффективности инвестиционного проекта предложено использовать исключительно критерий «модифицированная внутренняя норма прибыли», который является полностью объективным, универсальным и может служить базой для расчета индекса рентабельности. Выведена формула функциональной связи между величиной модифицированной внутренней нормы прибыли и индексом рентабельности будущего производственно-финансового мероприятия компании.

Ключевые слова: инвестиционный проект; экономический критерий; оценка эффективности; портфель инвестиций.

Vladymyr IANKOVYI

Doctor of Economics, Assistant Professor of Economics, Law and
Business Management Department, Odessa National Economic University, Ukraine,
e-mail: vladimir_ya@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7005-5291>

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE MOST IMPORTANT ECONOMIC CRITERIA FOR THE COMPANY'S INVESTMENT PROJECTS

Iankovyi, V. (2021). Comparative analysis of the most important economic criteria for the company's investment projects [Porivnialnyi analiz vazhlyvishikh ekonomichnykh kryteriiv investytsiinykh proektiv kompanii], *Socio-economic research bulletin; Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'*, Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (77), pp. 125–141.

Abstract. The theoretical aspects of company's investment management are discussed. The properties and characteristics of seven main economic criteria-indicators of investment projects, in particular, net present value, profitability index, simple and modified internal rate of return, simple and discounted payback period, efficiency coefficient are considered in detail. The aim of the study is a critical comparative analysis of the most important economic criteria of the company's investment projects, such as internal rate of return (IRR) and modified internal rate of return (MIRR), their advantages and disadvantages, as well as further development of objective theoretical ideas about properties and relationships criteria for future investments, in particular, between the profitability index (PI) and the modified internal rate of return (MIRR). The economic and mathematical properties of the function describing the dependence of the net present value on the value of the discount rate are studied. The attention of project analysis specialists and top

managers of companies is drawn to the shortcomings of the internal rate of return, which, in certain cases, due to the peculiarities of the calculation carries a potential threat of artificially overestimating the efficiency of an investment project. This fact is a significant basis for a complete rejection of using this indicator as a quantitative characteristic of the effectiveness of future production and financial projects. It is proposed to use exclusively the criterion «modified internal rate of return» as an indicator of efficiency of an investment project, which is completely objective, universal and can serve as a basis for calculating the profitability index. A formula of the functional interrelation between the value of the modified internal rate of return and the profitability index of the future production and financial projects of the company is derived.

Keywords: investment project; economic criterion; efficiency assessment; investment portfolio.

JEL classification: G310; O220

DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.2\(77\).2021.125-141](https://doi.org/10.33987/vsed.2(77).2021.125-141)

Постановка проблеми у загальному вигляді. Інвестиційні проекти, зазвичай, оцінюються за багатьма показниками – з точки зору їх соціальної значущості, масштабів впливу на навколишнє середовище, ступеня залучення трудових ресурсів у компанію тощо. Проте, центральне місце в цих оцінках належить комерційній стороні інвестиційного менеджменту, під якою в загальному випадку розуміють відповідність отриманого від впровадження запропонованого заходу економічного результату (приросту прибутку, вартості капіталу компанії) здійсненим витратам на проект. В основі процесу прийняття управлінських рішень щодо комерційної оцінки інвестиційних проектів компанії лежить порівняння обсягу запланованих інвестицій і майбутніх грошових надходжень у вигляді грошових потоків з різними знаками, що генеруються цим проектом. Оскільки досліджувані показники зазвичай відносяться до різних моментів часу, то їх порівнянність забезпечується за допомогою процедури дисконтування грошових потоків.

У проектному аналізі в процесі оцінки ефективності реалізації інвестиційного проекту визначається сім головних критеріїв-показників: 1. Чиста приведена вартість – *NPV* (*Net Present Value*). 2. Індекс рентабельності – *PI* (*Profitability Index*). 3. Внутрішня норма прибутку – *IRR* (*Internal Rate of Return*). 4. Модифікована внутрішня норма прибутку – *MIRR* (*Modified Internal Rate of Return*). 5. Дисконтований термін окупності – *DPP* (*Discounted Payback Period*). 6. Термін окупності – *PP* (*Payback Period*). 7. Коефіцієнт ефективності – *ARR* (*Accounting Rate of Return*).

Перелічені фінансово-економічні показники оцінки інвестиційних проектів можуть бути поділені на дві групи залежно від урахування чи неврахування фактора часу:

1) засновані на дисконтованих оцінках; 2) засновані на облікових оцінках. До першої групи (показники 1-5) відносяться критерії, що враховують фактор часу, а до другої групи (показники 6-7) відносяться критерії, що не враховують параметр часу (облікові оцінки).

Уведемо наступні позначення:

$$PV = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+r)^k} - \text{дисконтована поточна сумарна вартість грошових надход-}$$

жень від проекту; P_k – надходження від проекту в k -му році ($k = 0, 1, 2, \dots, n$); n – тривалість проекту (років); r – ставка дисконтування, розрахунок якої базується на безризиковій ставці, премії за ризик, відсотку інфляції тощо;

$$IC = \sum_{k=0}^n \frac{IC_k}{(1+r)^k} - \text{дисконтована поточна сумарна вартість інвестицій у проєкт};$$

IC_k – інвестиція в проєкт у k -му році;

$Norm$ – нормативне значення терміну окупності;

PN – чистий прибуток від проєкту;

RV – ліквідаційна вартість активів, що вивільняються у результаті здійснення інвестиційного проєкту;

R – рентабельність авансованого капіталу;

q – номер проєкту в інвестиційному портфелі компанії ($q = 1, 2, \dots, m$).

Тоді формули вказаних критеріїв-показників з висновками щодо прийнятності інвестиційного проєкту представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Економічні критерії та показники інвестиційних проєктів

Назва показника	Формула розрахунку	Висновок щодо прийнятності проєкту
1. Чиста приведена вартість (NPV)	$NPV = PV - IC$	$NPV > 0$ – проєкт прийнятний. $NPV < 0$ – проєкт неприйнятний. $NPV = 0$ – рішення не визначене.
2. Індекс рентабельності (PI)	$PI = \frac{PV}{IC}$	$PI > 1$ – проєкт прийнятний. $PI < 1$ – проєкт неприйнятний. $PI = 1$ – рішення не визначене.
3. Внутрішня норма прибутку (IRR)	$IRR \approx r_1 + \frac{f(r_1)(r_2 - r_1)}{f(r_1) - f(r_2)}$	$IRR > r$ – проєкт прийнятний. $IRR < r$ – проєкт неприйнятний. $IRR = r$ – проєкт нейтральний.
4. Модифікована внутрішня норма прибутку (MIRR)	$MIRR = \sqrt[n]{\frac{\sum_{k=1}^n P_k (1+r)^{n-k}}{\sum_{k=0}^n \frac{IC_k}{(1+r)^k}}} - 1$	$MIRR > r$ – проєкт прийнятний. $MIRR < r$ – проєкт неприйнятний. $MIRR = r$ – рішення не визначене.
5. Дисконтований термін окупності (DPP)	$DPP = \min n, \text{ при якому } PV \geq IC$	$DPP < Norm$ – проєкт прийнятний. $DPP > Norm$ – проєкт неприйнятний. $DPP = Norm$ – рішення не визначене.
6. Термін окупності (PP)	$PP = \min n, \text{ при якому } \sum_{k=1}^n P_k \geq IC$	$PP < Norm$ – проєкт прийнятний. $PP > Norm$ – проєкт неприйнятний. $PP = Norm$ – рішення не визначене.

Продовження табл. 1

7. Коефіцієнт ефективності (ARR)	$ARR = \frac{2PN}{IC + RV}$	$ARR > R$ – проєкт прийнятний. $ARR < R$ – проєкт неприйнятний. $ARR = R$ – рішення не визначене.
----------------------------------	-----------------------------	---

Джерело: побудовано автором

У процесі проєктного аналізу топ-менеджери компанії самі визначають коло показників-критеріїв із табл. 1, за якими будуть оцінюватися майбутні виробничо-фінансові заходи. Тому конкретні якісні та кількісні властивості і характеристики кожного з перелічених економічних показників інвестиційного проєкту мають вирішальне значення для отримання правильних висновків щодо прийнятності окремих запропонованих заходів, а також у цілому для інвестиційного портфелю компанії.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Одним із перших документів, який визначав основні методичні підходи до економічної оцінки інвестиційних проєктів, були положення ЮНІДО, викладені В. Беренсом та П. М. Хавранком в інструкціях 1978 р. [1]. Вони мали на меті надати менеджерам інструмент для підвищення якості інвестиційних пропозицій і сприяти стандартизації промислових техніко-економічних досліджень, які часто виявлялися не лише неповними, але й погано підготовленими.

Відтоді зусилля ЮНІДО, спрямовані на досягнення вказаних цілей, знаходили позитивний відгук у багатьох країнах, як розвинених, так і тих, що розвиваються, зокрема, і в Україні в методичних указівках 2010 р. [2]. Аналогічні рекомендації можна зустріти й в сучасних указівках щодо аналізу витрат-вигод від інвестиційних проєктів [3].

Подальші дослідження проблем оцінки інвестиційних проєктів в умовах невизначеності ґрунтувалися на багатокритеріальному підході в роботах О. Швецової та ін. [4], І. Школьник, В. Койло [5], а також у публікаціях О. Янкового [6–12].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Вважаємо, що успішне вирішення проблеми вибору найбільш адекватних критеріїв оцінки інвестиційних проєктів залежить переважно від властивостей та характеристик семи економічних показників запланованих заходів. Зокрема, певний теоретичний та практичний інтерес представляє їхня узгодженість при визначенні прийнятності (неприйнятності) інвестиційного проєкту, математичні зв'язки між окремими критеріями, можливість розрахунку значень показників інвестиційного портфелю компанії за величиною критеріїв окремих проєктів.

Постановка завдання. Метою проведеного дослідження є критичний порівняльний аналіз важливіших економічних критеріїв інвестиційних проєктів компанії, представлених в табл. 1. Це, у першу чергу, стосується внутрішньої норми прибутку (*IRR*) і модифікованої внутрішньої норми прибутку (*MIRR*), їхніх переваг та недоліків. Окрім того, ціль статті – подальша розробка об'єктивних теоретичних уявлень про властивості та взаємозв'язки критеріїв-показників майбутніх інвестицій, зокрема, між індексом рентабельності (*PI*) й модифікованою внутрішньою нормою прибутку (*MIRR*).

Виклад основного матеріалу дослідження. *Перший критерій* табл. 1 *NPV* заснований на порівнянні загальної суми дисконтованих грошових надходжень, які генеруються даним проектом протягом всього терміну його здійснення, з величиною загальної суми дисконтованих інвестицій *IC*. Величина чистої приведеної вартості показує, наскільки підвищиться прибуток (вартість капіталу) компанії у результаті здійснення даного проекту у випадку виконання його головних передумов і прогнозних оцінок. Величину *NPV* можна представити наступним чином:

$$NPV = PV - IC = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+r)^k} - \sum_{k=0}^n \frac{IC_k}{(1+r)^k} = \sum_{k=0}^n \frac{PN_k}{(1+r)^k}. \quad (1)$$

Тут $PN_0 = IC_0$ означає первинну інвестицію.

Знак і величина *NPV* є однією з головних характеристик прийнятності й доцільності впровадження досліджуваного інвестиційного проекту. Вони залежать від знаків і величини чистого прибутку (збитку) PN_k за кожний рік здійснення заходу. Очевидно, що той проект є найбільш економічно привабливим, який відповідає умові $\max(NPV > 0)$.

Чиста приведена вартість характеризує абсолютний ефект від інвестування, який вимірюється в грошових одиницях і допускає підсумовування, тобто є адитивним показником. Це дозволяє підсумовувати значення показників *NPV* за *m* різними проектами й використовувати цю агреговану величину для оцінки чистої приведеної вартості отриманого портфелю інвестицій компанії:

$$NPV(A_1 + A_2 + \dots + A_m) = \sum_{q=1}^m NPV(A_q). \quad (2)$$

Таким чином, якщо менеджерів компанії цікавить, у першу чергу, саме приріст прибутку, то варто віддати перевагу використанню критерію *NPV*. Однак при цьому не варто забувати і про його недоліки, серед яких зазвичай виділяють такий: *NPV*, як абсолютний показник, не може надати інформацію про резерв безпечності *MS* (Margin of Strength) проекту. Мається на увазі наступне: якщо на передінвестиційній стадії розробки заходу припущена помилка при прогнозуванні грошових потоків, або змінилася (зазвичай, в більшу сторону) ставка дисконтування *r*, то критерій *NPV* не дозволяє визначити, наскільки велика загроза того, що проект, який раніше вважався прийнятним, перетвориться на збитковий.

Другий критерій табл. 1 *PI* впливає з першого. На відміну від *NPV*, індекс рентабельності є не абсолютним, а відносним параметром. Він показує рівень доходів на грошову одиницю інвестиційних витрат даного проекту. Завдяки цьому критерій *PI* дуже зручний при виборі одного проекту із низки альтернативних, що мають приблизно однакові значення *NPV*. Проект інвестицій компанії можна вважати прийнятним і ефективним, коли дисконтовані надходження від реалізації проекту перевищують дисконтовані інвестиційні витрати в певну кількість разів ($PI > 1$), і неприйнятним та неефективним у протилежному випадку ($PI < 1$). При $PI = 1$ прийнятність і ефективність проекту не визначена: кінцеві висновки робляться з урахуванням значень інших економічних та неекономічних критеріїв-показників оцінки інвестиційних заходів.

Легко переконатися, що при дослідженні одиничного проекту значення й висновки щодо його оцінки, зроблені на основі показників *NPV* і *PI*, повністю

узгоджені, оскільки між ними спостерігаються очевидні взаємозв'язки. Так, у разі, якщо $NPV > 0$, то одночасно $PI > 1$; при $NPV < 0$, то одночасно $PI < 1$; якщо $NPV = 0$, то одночасно $PI = 1$.

Величина PI характеризує ефективність інвестування, яка, зазвичай, вимірюється у формі коефіцієнта або в процентах і не допускає підсумовування, тобто є неадитивним показником. Зрозуміло, що той проєкт інвестицій із множини прийнятих ($NPV > 0$) є найбільш ефективним, який відповідає умові $\max(PI > 1)$.

Як відносний показник прийнятності й ефективності інвестиційного проєкту, критерій PI може бути використаний для знаходження резерву безпечності MS проєкту, який розраховується за наступною формулою:

$$MS = \frac{PI - 1}{1} \times 100 = (PI - 1) \times 100. \quad (3)$$

З урахуванням вираження індексу рентабельності, а також чистої приведеної вартості з табл. 1 формула (3) представляється так:

$$MS = (PI - 1) \times 100 = \frac{PV - IC}{IC} \times 100 = \frac{NPV}{IC} \times 100. \quad (4)$$

Резерв безпечності проєкту виражається в процентах і характеризує можливий запас варіювання фактичного значення NPV проєкту, викликаного різними непередбачуваними обставинами. Зокрема, при $MS > 0$ вираження (4) показує, наскільки відсотків потенційна прибутковість проєкту може знизитись, не змінюючи кардинально його прийнятності, тобто не перетворюючи проєкт з прибуткового на збитковий. Очевидно, що чим вище показник MS , тим більший резерв безпечності заходу, тим нижча його ризикованість і, навпаки. Якщо $MS < 0$, то його величина показує, на скільки процентів необхідно підвищити прибутковість інвестиційного проєкту, щоб перетворити його зі збиткового в прибутковий.

Таким чином, важливою позитивною стороною використання критерію PI є можливість розрахунку на його базі показника ризикованості інвестиційного проєкту у вигляді величини резерву безпечності за формулами (3), (4).

Серед недоліків індексу рентабельності PI називають його не адитивність, що впливає із сутності будь-якої відносної величини. Це означає, що для q незалежних проєктів співвідношення типу (2) не виконується. Однак, виходячи з визначення індексу рентабельності (табл. 1), можна записати:

$$PI(A + B) = \frac{PV(A + B)}{IC(A + B)} = \frac{PV(A) + PV(B)}{IC(A) + IC(B)} = \frac{PI(A) \cdot IC(A) + PI(B) \cdot IC(B)}{IC(A) + IC(B)} = \overline{PI}. \quad (5)$$

Вираження (5) надає підставу стверджувати, що індекс рентабельності портфелю із m незалежних інвестиційних проєктів можна представити як середню арифметичну зважену з індексів рентабельності окремих проєктів PI_q . Причому в якості статистичних ваг середньої величини виступають дисконтовані інвестиційні витрати за кожним проєктом IC_q :

$$PI(A_1 + A_2 + \dots + A_m) = \overline{PI} = \sum_{q=1}^m PI_q d_q, \quad (6)$$

де d_q – питома вага дисконтованих інвестиційних витрат q -го проєкту в загальній сумі дисконтованих витрат портфелю інвестицій.

Таким чином, формула (6) дозволяє доволі просто розраховувати величину індексу рентабельності для інвестиційного портфелю компаній.

Третій критерій табл. 1 *IRR*, що представляє собою таку ставку дисконтування, при якій дисконтована сумарна вартість грошових надходжень від проєкту (*PV*) співпадає з дисконтованою сумарною вартістю інвестицій (*IC*), тобто при $PV = IC$, або коли *NPV* проєкту за формулою (1) дорівнює нулю.

Якщо генерований грошовий потік є ординарним, величина *IRR* показує прибутковість інвестиційного проєкту й порівнюється зі ставкою дисконтування *r*. Очевидно, що проєкт слід оцінити як прийнятний у разі $IRR > r$, неприйнятний при $IRR < r$, і невизначений при $IRR = r$.

Для низки проєктів з ординарними грошовими потоками той із них вважається найбільш ефективним, якому відповідає $\max(IRR)$. Якщо серед порівняних інвестиційних проєктів зустрічаються проєкти з неординарними грошовими потоками, то встановити пріоритетність одного з них на основі критерію *IRR* не завжди можливо внаслідок множинності коренів рівняння, що витікає з вираження (1). Воно по суті є рівнянням *n*-го ступеня відносно *IRR*.

Для правильного розуміння природи внутрішньої норми прибутку *IRR* користуються графічним методом аналізу функції $NPV = f(r)$, яка згідно з формулою (1) має наступний вигляд:

$$f(r) = \sum_{k=0}^n \frac{PN_k}{(1+r)^k}. \quad (7)$$

Розглянемо важливіші властивості функції (7):

- 1) функція $NPV = f(r)$ є нелінійною функцією від *r*;
- 2) при $r = 0$ $f(r) = \sum PN_k$, тобто графік функції перетинає вісь ординат у точці, що дорівнює сумі всіх елементів недисконтованого грошового потоку, який генерується даним проєктом (рис. 1);

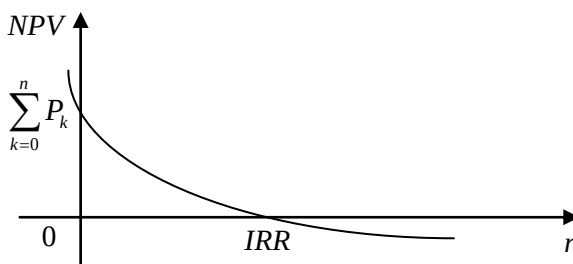


Рис. 1. Графік функції $NPV = f(r)$ проєкту з ординарним грошовим потоком

Джерело: побудовано автором

- 3) для проєктів з ординарним грошовим потоком і з позитивним *NPV* (так званий класичний грошовий потік) функція (7) є не зростаючою, тобто при $r \rightarrow +\infty$ її графік перетинає вісь абсцис у деякій точці, яка і є *IRR* згідно з її визначенням (рис. 1);

- 4) для проєктів з неординарним грошовим потоком і з позитивним *NPV* функція (7) внаслідок своєї нелінійності може мати декілька дійсних коренів, а її графік може перетинати вісь абсцис у декількох точках (рис. 2).

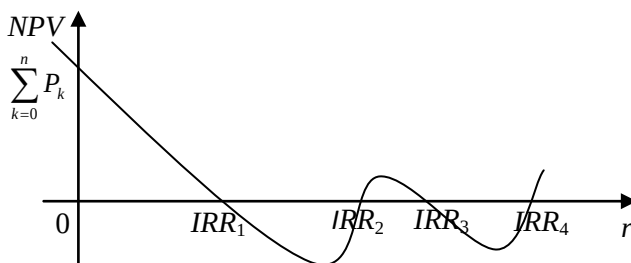


Рис. 2. Графік функції $NPV = f(r)$ проекту з неординарним грошовим потоком
Джерело: побудовано автором

5) внаслідок того, що функція (7) нелінійна, критерій IRR є відносним і неадитивним показником. Він, як і ставка дисконтування r , є десятинним дробом.

6) якщо в схемі грошового потоку, що генерується інвестиційним проектом A , у всіх притоках і відтоках коштів поміняти знаки на протилежні, тобто отримати симетричний відносно осі часу грошовий потік нового проекту $-A$, то графік його функцій $NPV = f(r)$ буде симетричним відносно осі r графіку первісного грошового потоку проекту A (рис. 3).

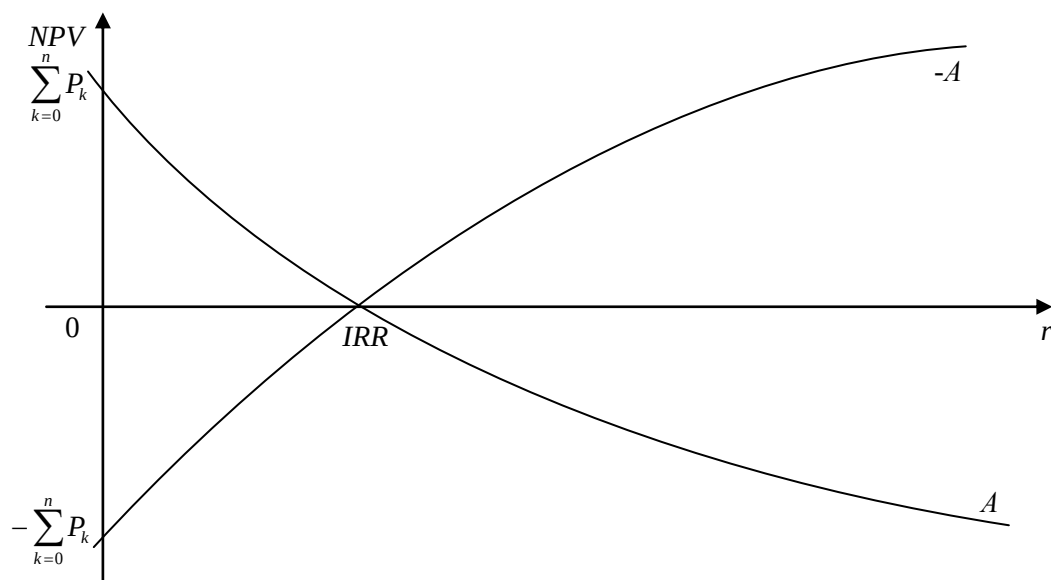


Рис. 3. Графік функції $NPV = f(r)$ двох проектів з симетричними грошовими потоками
Джерело: побудовано автором

Повертаючись до інвестиційного проекту з класичним ординарним грошовим потоком (рис. 1), можна стверджувати, що рішення відносно прийнятності проекту приймається у разі $NPV > 0$. Це відбувається, коли фактичне значення ставки дисконтування r не перевищує величину внутрішньої норми прибутку IRR грошового потоку, тобто в інтервалі $(0; IRR)$ на рис. 1. У випадку неординарного грошового потоку (рис. 2) ситуація дещо ускладнюється, але приймаючи до уваги графічний аналіз функції $NPV = f(r)$, нерівність $NPV > 0$ виконується в інтервалах $(0; IRR_1)$, $(IRR_2; IRR_3)$, $(IRR_4; +\infty)$.

Отже, для ординарного грошового потоку значення IRR , з одного боку, можна розглядати як максимальну очікувану прибутковість досліджуваного інвестиційного проєкту. З іншого боку, внутрішню норму прибутку можна також тлумачити як граничну величину ставки дисконтування, що забезпечує ефективність даного заходу.

Визначивши величину IRR інвестиційного проєкту, що генерує ординарний грошовий потік, можна, за аналогією з формулами (3), (4) також розрахувати резерв безпечності MS проєкту за наступними формулами:

$$MS = IRR - r; \quad MS' = \frac{IRR - r}{r} \times 100. \quad (8)$$

Резерв безпечності проєкту у випадку $MS > 0$ характеризує можливий запас абсолютного і відносного варіювання фактичного значення ставки дисконтування r у зв'язку з різними непередбачуваними обставинами. Зокрема, величина MS показує, наскільки відсоткових пунктів ставка дисконтування інвестиційного проєкту може підвищитись, не змінюючи статус проєкту з прибуткового на збитковий. Формула MS' відображає ту ж саму можливість, але не в абсолютному вираженні, а у відносному – в процентах.

Очевидно, що чим вище позитивний показник MS , тим більший резерв безпечності проєкту, тим нижча його ризикованість і, навпаки. Як і в попередньому розрахунку на базі критерію PI , негативне значення MS , розраховане за формулами (8), показує, на скільки відсоткових пунктів (процентів) необхідно знизити ставку дисконтування r проєкту інвестиції, щоб перетворити його зі збиткового на прибутковий.

До вагомих недоліків критерію IRR дослідники вказують на потенційно можливе викривлення ним реальної ефективності інвестиційного проєкту у випадку, якщо він генерує неординарний грошовий потік (наприклад, коли передбачається реінвестування отриманих надходжень знову в даний захід) і ставка дисконтування r при цьому суттєво нижча за розраховане значення IRR .

Даний факт пов'язаний з тим, що згідно з формулою (1), що лежить в основі розрахунку IRR , усі додаткові інвестиції в проєкт дисконтуються за величиною внутрішньої норми прибутку. Хоча правильно було б реінвестовані в проєкт кошти дисконтувати за ставкою r . Якщо величини IRR і r не сильно вирізняються одна від одної, то викривлення ефективності проєкту незначне. Але в ситуації, коли IRR значно перевищує r , внутрішня норма прибутку піддається істотному й не виправданому завищенню.

Так, Дж. Келлехер, Дж. МакКормак [13] пишуть: «Менеджери однієї великої промислової компанії за п'ять років затвердили 23 великих капітальних проєкти на підставі показників IRR , які в середньому дорівнювали 77%. Однак, коли нещодавно ми провели аналіз, прирівнявши ставку реінвестування до вартості капіталу компанії, середній дохід впав до 16%. Найцікавіше, що IRR трьох проєктів, які вважалися найвигіднішими, коли їх перерахували на основі реалістичної ставки реінвестування, впали з 800, 150 і 130% до 15, 23 і 22% відповідно. На жаль, рішення про інвестиції в ті проєкти вже були прийняті. Звичайно, настільки високі показники IRR нетипові. Але навіть якщо IRR проєкту знижується з 25 до 15%, це дуже істотно».

Четвертий критерій табл. 1 $MIRR$ представляє собою таку ставку дисконтування, при якій досягається рівність двох величин: 1) приведених на початок проєкту всіх інвестиційних витрат (передбачається, що компанія може

здійснювати реінвестування в проєкт протягом всього терміну його реалізації);
2) нарощених на кінець проєкту грошових надходжень – так званої чистої термінальної вартості проєкту NTV , що розраховується за наступною формулою:

$$NTV = \sum_{k=1}^n P_k (1+r)^{n-k}. \quad (9)$$

Причому, в обох випадках урахування фактора часу відбувається за допомогою однієї й тієї ж ставки дисконтування r . Оскільки ці величини відносяться до різних моментів реалізації проєкту, то їх треба зробити сумірними (привести на початок проєкту) за допомогою деякого коефіцієнта дисконтування, котрий як раз і називається модифікованою внутрішньою нормою прибутку $MIRR$ (рис. 4).

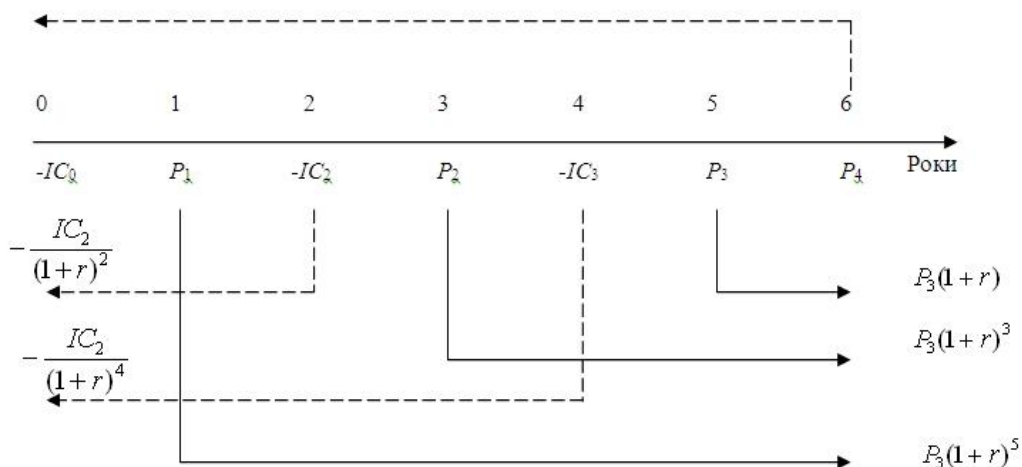


Рис. 4. Схема розрахунку критерію $MIRR$ у випадку неординарного грошового потоку (штрихом показано приведення всіх інвестиційних витрат і надходжень на початок проєкту)

Джерело: побудовано автором

Розрахунки величини $MIRR$ ведуться на основі наступного рівняння, що випливає з умов її визначення:

$$\sum_{k=0}^n \frac{IC_k}{(1+r)^k} = \frac{\sum_{k=1}^n P_k (1+r)^{n-k}}{(1+MIRR)^n}. \quad (10)$$

Воно завжди надає єдине рішення, на відміну від рівняння, яке визначає величину IRR для проєкту з неординарним грошовим потоком. З рівняння (10) випливає кінцева формула розрахунку шуканої модифікованої норми прибутку:

$$MIRR = \sqrt[n]{\frac{\sum_{k=1}^n P_k (1+r)^{n-k}}{\sum_{k=0}^n \frac{IC_k}{(1+r)^k}}} - 1. \quad (11)$$

Зазначимо, що вираження (11) має реальний економічний зміст ($MIRR \geq 0$) лише у випадку, коли чиста термінальна вартість NTV проєкту (чисельник дробу під коренем) не менша за суму дисконтованих інвестиційних витрат (знаменник дробу під коренем).

Модифікована внутрішня норма прибутку представляє собою подальший розвиток показника IRR з метою подолання його головних недоліків, які виникають при оцінці інвестиційних проєктів, що генерують неординарні грошові потоки. Критерій $MIRR$ має суттєву перевагу перед показником IRR за рахунок того, що модифікована внутрішня норма прибутку базується на припущенні того, що всі грошові надходження за проєктом реінвестуються за ставкою дисконтування r , тоді як показник IRR припускає, що реінвестування відбувається за ставкою дисконтування, яка дорівнює величині IRR даного проєкту. Оскільки реінвестування за величиною r у цілому більш обґрунтоване, то $MIRR$ точніше відображає реальну прибутковість проєкту. Окрім того, критерій $MIRR$ може бути успішно використаний у випадку оцінки будь-яких проєктів інвестицій – як з ординарними, так із неординарними грошовими потоками.

У разі аналізу проєкту з ординарним грошовим потоком величина $MIRR$ залежить від заданого значення ставки дисконтування r (рис. 5).

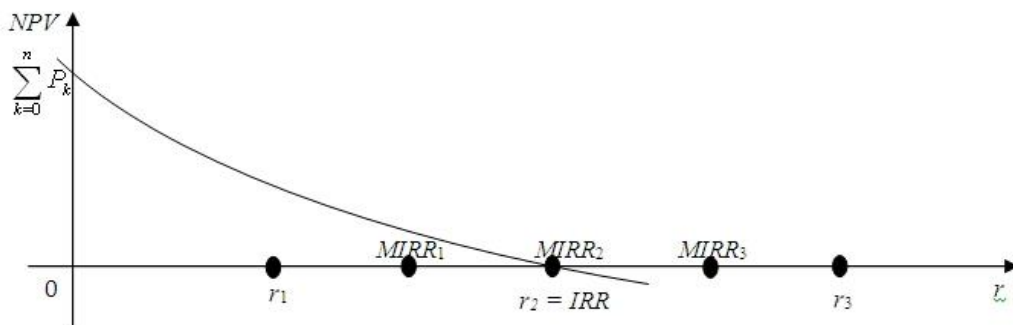


Рис. 5. Співвідношення значень критеріїв IRR і $MIRR$ для проєкту з ординарним грошовим потоком
Джерело: побудовано автором

Як показано на рис. 5, при $r_1 < IRR$ модифікована внутрішня норма прибутку опиняється в інтервалі (r_1, IRR) ; при $r_2 = IRR$ виконується рівність $MIRR_2 = IRR$; при $r_3 > IRR$ модифікована внутрішня норма прибутку потрапляє в інтервал (IRR, r_3) . У випадку, коли проєкт невизначений за показником IRR ($r_2 = IRR$) за критерієм $MIRR$ даний проєкт теж є невизначеним ($r_2 = MIRR_2$).

Це означає, що у випадку прийнятності проєкту інвестиції за показником IRR ($r_1 < IRR$) за критерієм $MIRR$ даний проєкт теж прийнятний ($r_1 < MIRR_1$), але резерв безпечності проєкту MS дещо завищений, оскільки $MIRR_1 < IRR$.

І, нарешті, в ситуації неприйнятності інвестиційного проєкту за показником IRR ($r_3 > IRR$) за критерієм $MIRR$ даний проєкт теж є неприйнятним, оскільки $r_3 > MIRR_3$. При цьому негативне значення MS , яке показує, наскільки відсоткових пунктів (процентів) необхідно знизити ставку дисконтування інвестиції r , щоб перетворити проєкт зі збиткового на прибутковий теж буде дещо завищене, так як $MIRR_3 > IRR$.

Очевидно, що висновки, які робляться за критерієм *MIRR* відносно прийнятності досліджуваного проєкту, повністю співпадають з висновками, отриманими на основі показника *IRR*. Що стосується висновків відносно ефективності заходу і резерву безпечності проєкту, то вони дещо вирізняються в меншу сторону від результатів, отриманих на базі критерію *IRR*. Це, у першу чергу, пояснюється тим, що розрахунок величини *MIRR* передбачає дисконтування реінвестованих у проєкт коштів за ставкою r , а не за величиною *IRR*.

Вважаємо, що корисним є порівняння показника *MIRR* не тільки з внутрішньою нормою прибутку *IRR*, але й з індексом рентабельності *PI* як ще одною характеристикою ефективності інвестиційного проєкту. Розглянемо докладніше вираження, що їх визначають:

$$PI = \frac{PV}{IC} = \frac{\sum_{k=1}^n P_k (1+r)^{-k}}{\sum_{k=0}^n IC_k (1+r)^{-k}}. \quad (12)$$

У формулі (12) коефіцієнт дисконтування грошових надходжень і відтоків проєкту представлений як співмножник $(1+r)^{-k}$. Виходячи з вираження (10) критерію *MIRR*, можна записати таке співвідношення:

$$(1+MIRR)^n = \frac{\sum_{k=1}^n P_k (1+r)^{n-k}}{\sum_{k=0}^n IC_k (1+r)^{-k}}. \quad (13)$$

Порівняння формул (12), (13) показує, що вони вирізняються лише співмножником $(1+r)^n$. Тому справедливі наступні вираження:

$$PI = \left(\frac{1+MIRR}{1+r} \right)^n; \quad MIRR = (1+r)PI^{\frac{1}{n}} - 1. \quad (14)$$

Вони означають, що показники *MIRR* і *PI* є взаємопов'язаними й можуть бути виражені один через другий. Причому їх значення повністю узгоджені між собою, оскільки залежність між даними критеріями пряма: з ростом *MIRR* підвищується значення *PI* і, навпаки.

Отже, у випадку проєкту з неординарним грошовим потоком висновки щодо оцінки його прийнятності, які впливають зі значень *NPV*, *PI* і *MIRR*, повністю узгоджені. Дійсно, з першого співвідношення (14) випливає, що при $MIRR > r$ (проєкт прийнятний за критерієм *MIRR*), то $PI > 1$, тобто виконується умова прийнятності інвестиційного заходу за індексом рентабельності *PI*. У разі $MIRR = r$ $PI = 1$ і ситуація невизначена. Якщо ж $MIRR < r$ (проєкт неприйнятний за критерієм *MIRR*), то $PI < 1$ і він також неприйнятний за індексом рентабельності *PI*.

Із другого співвідношення (14) слідує, що при $PI > 1$ $MIRR > r$ і висновки щодо прийнятності інвестиційного проєкту, зроблені на основі обох критеріїв, збігаються. У разі $PI = 1$ $MIRR = r$ і висновки щодо невизначеності ситуації відносно прийнятності проєкту, зроблені на основі обох критеріїв, теж збігаються. Зрештою, якщо $PI < 1$ (проєкт неприйнятний за індексом рентабельності *PI*)

$MIRR < r$ і проєкт неприйнятний також за модифікованою внутрішньою нормою прибутку.

Таким чином, можна констатувати наступне: 1) якщо $NPV > 0$, то одночасно $PI > 1$, $MIRR > r$ (проєкт прийнятний); 2) при $NPV < 0$, то одночасно $PI < 1$, $MIRR < r$ (проєкт неприйнятний); 3) якщо ж $NPV = 0$, то одночасно $PI = 1$, $MIRR = r$ (ситуація невизначена).

Вважаємо, що розрахунок величини $MIRR$ інвестиційного проєкту, який генерує неординарний грошовий потік, відкриває можливість розраховувати резерви безпечності MS . Пропонуємо з цією метою використовувати наступні формули:

$$MS = MIRR - r; \quad MS' = \frac{MIRR - r}{r} \times 100. \quad (15)$$

Величини (15) можуть застосовуватися як характеристики ризикованості інвестиційного проєкту з будь-яким грошовим потоком.

Єдиним суттєвим недоліком показника $MIRR$, утім, як і критеріїв PI , IRR , є його не адитивність, що утрудняє визначення величини модифікованої внутрішньої норми прибутку портфелю інвестицій компанії. Однак, тут певною мірою може допомогти друга формула зі співвідношення (14), з якої випливає

$$MIRR(A_1 + A_2 + \dots + A_m) = (1 + \bar{r})^{\bar{n}} \sqrt[n]{PI(A_1 + A_2 + \dots + A_m)} - 1 = (1 + \bar{r})^{\bar{n}} \sqrt[n]{\bar{PI}} - 1, \quad (16)$$

де $\bar{PI}$ – індекс рентабельності інвестиційного портфелю, що визначається за формулою (6);

$\bar{r}$ – середня зважена ставка дисконтування;

$\bar{n}$ – середня зважена тривалість портфелю.

У якості статистичних ваг при розрахунку середніх показників $\bar{r}$, $\bar{n}$, $\bar{PI}$, зазвичай, виступають частки інвестицій у кожний проєкт в загальному обсязі інвестиційного портфелю компанії.

П'ятий критерій табл. 1 DPP показує мінімальне число років, протягом яких загальні інвестиційні витрати будуть повністю погашені кумулятивними надходженнями від досліджуваного проєкту, тобто за умови $PV = IC$, або при досягненні $NPV = 0$.

Якщо дисконтовані притоки розподілені за роками рівномірно, то дисконтований термін окупності може бути розрахований прямим діленням загальної суми інвестиційних витрат IC на величину річного доходу PV' , обумовленого ними. У цьому випадку дисконтований термін окупності є величиною, яка прямо залежить від тривалості здійснення інвестиційного проєкту і зворотно від його індексу рентабельності, тобто $DPP = n/PI$. Це означає, що при інших рівних умовах більш тривалішому запланованому заходу відповідає більш триваліший дисконтований термін окупності. А також, чим вищим є індекс рентабельності інвестиційного проєкту, тим швидше він окупається. Отримані висновки цілком узгоджуються із загальною логікою інвестування в умовах товарно-грошових економічних відносин.

Варто відмітити, що при оцінці інвестиційних проєктів компанії значення критерію DPP , зазвичай, порівнюється з певним нормативним значенням $Norm$, яке визначається конкретними особливостями даного бізнесу, і висновок про прийнятність проєкту робиться при виконанні умови $DPP < Norm$.

Для портфелю інвестицій дисконтований термін окупності залежить від послідовності виконання проєктів та їх взаємозв'язку. У простішому випадку при паралельному здійсненні повністю ізольованих заходів величина DPP визначається дисконтованим терміном окупності інвестиційного проєкту найбільшої тривалості, тобто

$$DPP(A_1 + A_2 + \dots + A_m) = \max(DPP_q). \quad (17)$$

Шостий критерій табл. 1 – недисконтований термін окупності PP . Для нього справедливі розмірювання, які були розглянуті вище для показника DPP . Основна відміна PP від попереднього показника полягає в тому, що грошові інвестиції IC_k та надходження P_k від реалізації інвестиційного проєкту не враховують фактор часу, що вважається головним недоліком показника PP . Внаслідок цієї обставини критерій PP застосовується лише для оцінки інвестиційних проєктів з короткою тривалістю здійснення ($n < 1$).

При інших рівних умовах між показниками недисконтованого й дисконтованого терміну окупності одного й того ж проєкту виконується співвідношення $PP \leq DPP$.

Сьомий критерій табл. 1 – коефіцієнт ефективності ARR має дві особливості: 1) як і показник PP він теж є недисконтованим параметром; 2) дохід PN , що знаходиться в чисельнику дробу, характеризується чистим прибутком PN .

Середня величина інвестиції $(IC + RV)/2$, що знаходиться в знаменнику дробу, враховує наявність ліквідаційної вартості RV активів (наприклад, техніко-технологічного устаткування), що підлягають заміні в результаті впровадження інвестиційного проєкту. Даний показник, зазвичай, порівнюється з коефіцієнтом рентабельності авансованого капіталу R , який розраховується діленням загального чистого прибутку компанії на загальну суму коштів, авансованих у її діяльність. Теоретично можливо установлення певного граничного значення, з яким буде порівнюватися фактична величина ARR проєкту.

Недоліки критерію ARR пов'язані, перш за все, з тим, що грошові надходження P_k від реалізації інвестиційного проєкту, які служать базою для визначення чистого прибутку компанії PN , не враховують фактор часу. Це означає, що коефіцієнт ефективності ARR не робить відмінності між проєктами з однаковою сумою середньорічного прибутку, але такими, які суттєво варіюють за окремими роками тощо.

Практичні розрахунки розглянутих критеріїв-показників оцінки інвестиційних проєктів не викликають особливих труднощів, зокрема, їх значення, а також інші кількісні параметри запланованих заходів знаходяться за допомогою програми Project Expert на базі персонального комп'ютера.

Висновки і перспективи подальших розробок. Проведене дослідження дозволило акцентувати увагу фахівців у сфері проєктного аналізу, а також топ-менеджерів компаній на недоліках економічного критерію «Внутрішня норма прибутку (IRR)», який внаслідок особливостей розрахунку має потенційну загрозу штучного викривлення ефективності інвестиційного проєкту в бік завищення. На нашу думку, даний факт є суттєвою підставою для повної відмови від застосування показника IRR у ролі кількісної характеристики ефективності майбутнього виробничо-фінансового заходу компанії. Замість нього пропонуємо використовувати виключно критерій «Модифікована внутрішня норма прибутку ($MIRR$)», який є

об'єктивним і універсальним показником ступеню ефективності інвестиційного проєкту та може служити базою для розрахунку індексу рентабельності *PI*.

В якості перспектив розвитку даного напрямку варто указати на необхідність дослідження пріоритетності інвестиційних проєктів, оскільки в умовах світової економічної кризи, викликаній пандемією COVID-19, більшість вітчизняних та іноземних компаній відчувають гострий дефіцит грошових коштів і їм необхідно визначити найбільш перспективні та прибуткові виробничо-фінансові заходи.

Література

- Behrens W., Nawranek P. M. (1978). *Manual for the preparation of industrial feasibility studies*. Published by Vienna : United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), 528 p.
- Про затвердження Методичних рекомендацій з розробки бізнес-планів інвестиційних проєктів : Наказ Державного агентства України з інвестицій та розвитку № 73 від 31.08.2010 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0073537-10#Text> (дата звернення: 22.02.2021).
- Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects, Economic appraisal tool for Cohesion Policy 2014–2020*. European Commission Directorate-General for Regional and Urban policy. Brussels, December 2014. URL: https://ec.europa.eu/inea/sites/default/files/cba_guide_cohesion_policy.pdf (access date: 24.02.2021).
- Shvetsova, O. A., Rodionova, E. A., & Epstein, M. Z. (2018). Evaluation of investment projects under uncertainty : multi-criteria approach using interval data. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. Vol. 5. No. 4. Pp. 914–928. DOI: [https://doi.org/10.9770/jesi.2018.5.4\(15\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2018.5.4(15)).
- Shkolnyk, I., & Koilo, V. (2018). The relationship between external debt and economic growth: empirical evidence from Ukraine and other emerging economies. *Investment Management and Financial Innovations*. Vol. 15 (1). Pp. 387–400. DOI: [https://doi.org/10.21511/imfi.15\(1\).2018.32](https://doi.org/10.21511/imfi.15(1).2018.32).
- Янковий О. Г., Мельник Н. В. Критичний аналіз внутрішньої норми прибутку як показника оцінки інвестиційних проєктів. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. 2012. Вип. 2 (45). С. 196–205.
- Янковий О. Г. *Порівняльний аналіз критеріїв MIRR і IRR інвестиційного проєкту*. Сучасні технології управління підприємством та можливості використання інформаційних систем : стан, проблеми, перспективи : матеріали 7-ї Міжнар. наук.-практ. конф. Одеса : ОНУ ім. І. І. Мечникова, 2012. Т. 2. С. 102–105.
- Янковий О. Г., Мельник Н. В. Модифікована внутрішня норма прибутку інвестиційного проєкту. *Прикладний менеджмент і інвестиції*. 2012. № 4. С. 502–508.
- Янковий О. Г., Янковий В. О., Мельник Н. В. Оцінка інвестиційних проєктів на підприємствах харчової промисловості України. *Економіка харчової промисловості*. 2013. № 2 (18). С. 49–53.
- Янковий О. Г., Янковий В. О. Оцінка пріоритетності інвестиційних проєктів. *Зовнішня торгівля : економіка, фінанси, право*. 2013. № 1. С. 19–31.
- Янковий О. Г., Мельник Н. В., Янковий В. О. До проблеми визначення пріоритетності інвестиційних проєктів промислового підприємства. *Економіка харчової промисловості*. 2015. № 1 (25). С. 71–76.
- Янковий О. Г., Мельник Н. В. *Небезпека використання внутрішньої норми прибутку в якості критерію прийнятності інвестиційних проєктів*. Економіка підприємства : сучасні проблеми теорії та практики : матеріали 7-ї Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 14-15 вересня 2018 р.). Одеса : Атлант, 2018. С. 181–183.
- Келлехер Дж., МакКормак Дж. Внутренняя норма рентабельности : поучительная история. *Вестник McKinsey*. 2004. № 3 (8). С. 45–59. URL: <http://www.insapov.ru/irr-history.html> (дата обращения: 25.02.2021).

References

1. Behrens W., Hawranek P. M. (1978) *Manual for the preparation of industrial feasibility studies*. Published by Vienna: United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), 528 p.
2. *On approval of Methodical recommendations for the development of business plans for investment projects*: Order of the State Agency of Ukraine for Investment and Development, No. 73, 31.08.2010 [Pro zatverdzhennia Metodichnykh rekomendatsii z rozrobky biznes-planiv investytsiinykh proektiv: Nakaz Derzhavnoho ahentstva Ukrainy z investytsiy ta rozvytku, No. 73, 31.08.2010]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0073537-10#Text> [in Ukrainian]
3. *Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects, Economic appraisal tool for Cohesion Policy 2014-2020*. European Commission Directorate-General for Regional and Urban policy. Brussels, December 2014. Retrieved from: https://ec.europa.eu/inea/sites/default/files/cba_guide_cohesion_policy.pdf.
4. Shvetsova, O. A., Rodionova, E. A., & Epstein, M. Z. (2018). Evaluation of investment projects under uncertainty: multi-criteria approach using interval data. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, Vol. 5, No. 4, pp. 914–928. DOI: [https://doi.org/10.9770/jesi.2018.5.4\(15\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2018.5.4(15)).
5. Shkolnyk, I., & Koilo, V. (2018). The relationship between external debt and economic growth: empirical evidence from Ukraine and other emerging economies. *Investment Management and Financial Innovations*, Vol. 15 (1), pp. 387–400. DOI: [https://doi.org/10.21511/imfi.15\(1\).2018.32](https://doi.org/10.21511/imfi.15(1).2018.32).
6. Yankovyi, O. H., Melnyk, N. V. (2012). Critical analysis of the internal rate of return as an indicator of investment projects evaluation [Krytychnyi analiz vnutrishnoi normy prybutku yak pokaznyka otsinky investytsiinykh proektiv], *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, Vyp. 2 (45), s. 196–205 [in Ukrainian]
7. Yankovyi, O. H. (2012). *Comparative analysis of MIRR and IRR criteria of the investment project* [Porivnialnyi analiz kryteriiv MIRR i IRR investytsiinoho proektu], Suchasni tekhnologii upravlinnia pidpriemstvom ta mozhlyvosti vykorystannia informatsiinykh system: stan, problemy, perspektyvy: materialy VII Mizhnar. nauk.-prakt. konferentsii, ONU im. I. I. Mechnikova, Odessa, T. 2, s. 102–105 [in Ukrainian]
8. Yankovyi, O. H., Melnyk, N. V. (2012). Modified internal rate of return of the investment project [Modyfikovana vnutrishnia norma prybutku investytsiinoho proektu], *Prykladnyi menedzhment i investytsii*, No. 4, s. 502–508 [in Ukrainian]
9. Yankovyi, O. H., Yankovyi, V. O., Melnyk, N. V. (2013). Evaluation of investment projects at the enterprises of the food industry of Ukraine [Otsinka investytsiinykh proektiv na pidpriyemstvakh kharchovoyi promyslovosti Ukrayiny], *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, No. 2 (18), s. 49–53 [in Ukrainian]
10. Yankovyi, O. H., Yankovyi, V. O. (2013). Assessment of priority of investment projects [Otsinka priorytetnosti investytsiinykh proektiv], *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, parvo*, No. 1, s. 19–31 [in Ukrainian]
11. Yankovyi, O. H., Melnyk, N. V., Yankovyi, V. O. (2015). To the problem of determining the priority of investment projects of an industrial enterprise [Do problemy vyznachennia priorytetnosti investytsiinykh proektiv promyslovoho pidpriemstva], *Ekonomika kharchovoyi promyslovosti*, No. 1 (25), s. 71–76 [in Ukrainian]
12. Yankovyi, O. H., Melnyk, N. V. (2018). *The danger of using the internal rate of return as a criterion for the acceptability of investment projects* [Nebezpeka vykorystannia vnutrishnoi normy prybutku v yakosti kryteriiu pryiniatnosti investytsiinykh proektiv], *Ekonomika pidpriemstva: suchasni problemy teorii ta praktyky: materialy VII Mizhnar. nauk.-prakt. konferentsii*, 14-15 veresnia 2018 r. Atlant, Odessa, s. 181–183 [in Ukrainian]
13. Kellekher, Dzh., MakKormak, Dzh. (2004). Internal rate of return: A cautionary story [Vnutrennyaya norma rentabelnosti: pouchitelnaya istoriya], *Vestnyk McKinsey*, No. 3 (8), s. 45–59. Retrieved from: <http://www.insapov.ru/irr-history.html> [in Russian]

Стаття надійшла до редакції 03.03.2021.

Прийнята до публікації 18.03.2021.

***ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ ТА
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА***

УДК 005.6:[338.48-52:797.11](045)

Євгенія Геннадіївна ГОРДИЙЧУК

кандидат економічних наук, науковий співробітник,

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України,

e-mail: jane_odessa@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7555-6471>

ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ У КРУЇЗНОМУ ТУРИЗМІ

Гордійчук, Є. Г. Якість обслуговування як чинник формування конкурентоспроможності у круїзному туризмі. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 143–162.

Анотація. У статті висвітлено тенденції розвитку круїзної індустрії, як перспективного напрямку туристичної галузі, яка демонструє стійке зростання протягом останніх десяти років. Метою статті є визначення актуальних тенденцій розвитку круїзного ринку в умовах сьогодення та важелів формування конкурентоспроможної туристичної пропозиції з урахуванням ключових принципів поведінкової економіки та економіки вражень. Користуючись методами аналізу та синтезу, узагальнено конкурентні переваги круїзного туризму згідно з сучасними тенденціями розвитку в розрізі інклюзивної економіки вражень. Виокремлено чинники формування конкурентоспроможності у круїзному туризмі та обґрунтовано важливість якості обслуговування як визначного фактору для задоволення туристів, який впливає на загальну задоволеність туристів та їх вибір у майбутньому. Розглянуто низку чинників, які надають суттєвий вплив на формування конкурентоспроможності в круїзному туризмі. Проаналізовано загальноприйняті чинники, які суттєво впливають на конкурентоспроможність круїзної галузі та їх взаємозв'язок з основними принципами економіки вражень. Обґрунтовано взаємозв'язок диференціації пропозиції з урахуванням індивідуальної суб'єктивності споживача. Доведено, що маркетинг, інновації та якість обслуговування є елементами формування іміджу торгової марки, життєво важливими елементами в комерційному середовищі та ключовими факторами для досягнення успіху в секторі круїзного бізнесу. Зроблено акцент на важливості сервісної складової у формуванні конкурентоспроможності круїзної галузі. Сформульовано рекомендації щодо виявлення дієвих механізмів визначення ступеня задоволеності споживачів. Запропоновано ключові групи показників якості круїзних послуг, які можуть впливати на загальну задоволеність туристів. Обґрунтовано доцільність проведення опитування та анкетування пасажирів круїзу з метою подальшого покращення якості послуг круїзного туризму задля підвищення конкурентоспроможності компанії.

Ключові слова: туризм; круїзний туризм; круїзні послуги; конкурентні переваги; чинники формування конкурентоспроможності; оцінка якості обслуговування; економіка вражень.

Евгения Геннадьевна ГОРДИЙЧУК

кандидат экономических наук, научный сотрудник, Институт проблем рынка и
экономико-экологических исследований НАН Украины, e-mail: jane_odessa@ukr.net,

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7555-6471>

КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В КРУИЗНОМ ТУРИЗМЕ

Гордийчук, Е. Г. Качество обслуживания как фактор формирования конкурентоспособности в круизном туризме. *Вестник социально-экономических исследований* : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2021. № 2 (77). С. 143–162.

Аннотация. В статье отражены тенденции развития круизной индустрии, как перспективного направления туристической отрасли, которая демонстрирует устойчивый рост за последние десять лет. Целью статьи является определение актуальных тенденций развития круизного рынка в современных условиях и рычагов формирования конкурентоспособного туристического предложения с учетом ключевых принципов поведенческой экономики и экономики впечатлений. Используя методы анализа и синтеза, обобщены конкурентные преимущества круизного туризма согласно современным тенденциям развития в разрезе инклюзивной экономики впечатлений. Выделены факторы формирования конкурентоспособности в круизном туризме и обоснована важность качества обслуживания как определяющего фактора для удовлетворения потребностей туристов, который влияет на общую удовлетворенность туристов и их выбор в будущем. Рассмотрен ряд факторов, которые оказывают существенное влияние на формирование конкурентоспособности в круизном туризме. Проанализированы общепринятые факторы, которые существенно влияют на конкурентоспособность круизной отрасли и их взаимосвязь с основными принципами экономики впечатлений. Обоснована взаимосвязь дифференциации предложения с учетом индивидуальной субъективности потребителя. Доказано, что маркетинг, инновации и качество обслуживания являются элементами формирования имиджа торговой марки и жизненно важными элементами в коммерческой среде и ключевыми факторами для достижения успеха в секторе круизного бизнеса. Сделан акцент на важности сервисной составляющей в формировании конкурентоспособности круизной отрасли. Сформулированы рекомендации по выявлению действенных механизмов определения степени удовлетворенности потребителей. Предложены ключевые группы показателей качества круизных услуг, которые могут влиять на общую удовлетворенность туристов. Обоснована целесообразность проведения опроса и анкетирования пассажиров круиза с целью дальнейшего улучшения качества услуг круизного туризма для повышения конкурентоспособности компании.

Ключевые слова: туризм; круизный туризм; круизные услуги; конкурентные преимущества; факторы формирования конкурентоспособности; оценка качества обслуживания; экономика впечатлений.

Yevgeniia GORDIICHUK

PhD in Economics, Researcher Institute of Market Problems and Economic-Ecological Research, National Academy of Sciences of Ukraine, e-mail: jane_odessa@ukr.net,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7555-6471>

QUALITY OF SERVICE AS A FACTOR OF FORMING COMPETITIVENESS IN CRUISE TOURISM

Gordiichuk, Ye. (2021). Quality of service as a factor of forming competitiveness in cruise tourism [Yakist obsluhovuvannia yak chynnyk formuvannia konkurentospromozhnosti v kruiznomu turysmi], *Socio-economic research bulletin; Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (77), pp. 143–162.

Abstract. The article highlights the development trends of the cruise industry as a promising direction of tourism industry, which shows steady growth over the past ten years. The aim of the article is to determine the current trends in the cruise market development in modern conditions

and the levers for competitive tourist offer formation, taking into account the key principles of behavioral and impression economy. Using the methods of analysis and synthesis made it possible to generalize the competitive advantages of cruise tourism in accordance with modern development trends in the context of an inclusive economy of impressions. The factors of competitiveness formation in cruise tourism are highlighted and the importance of service quality as a determining factor for meeting the needs of tourists is substantiated, which affects the overall satisfaction of tourists and their choice in the future. A number of factors that have a significant influence on the competitiveness formation in cruise tourism are considered. The generally accepted factors that have a significant influence on the cruise industry competitiveness and their relationship with the basic principles of impression economy are analyzed. The interrelation of offer differentiation taking into account the individual subjectivity of the consumer is substantiated. It was proven, that marketing, innovation and service quality are elements of brand image formation and vital elements in a commercial environment and key factors for success in the cruise business sector. The emphasis is made on the importance of service component in the cruise industry competitiveness formation. Recommendations for identifying effective mechanisms for determining the degree of customer satisfaction are formulated. Key groups of quality indicators of cruise services which can influence the general satisfaction of tourists are proposed. The expediency of conducting a survey and questioning of cruise passengers in order to further improve the quality of cruise tourism services to increase the company's competitiveness is substantiated.

Keywords: tourism; cruise tourism; cruise services; competitive advantages; factors of competitiveness formation; assessment of service quality; impression economy.

JEL classification: L100; L830; I310

DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.2\(77\).2021.143-162](https://doi.org/10.33987/vsed.2(77).2021.143-162)

Постановка проблеми у загальному вигляді. Круїзне судноплавство – це галузь, інтегрована до світової економіки та пов'язана з багатьма іншими галузями (судноплавство, розваги тощо). Протягом останніх 20 років щорічний приріст вартості круїзної індустрії у світі складає, у середньому, 7,4%. Кількість круїзних туристів щорічно збільшується на 1 млн. осіб. Сфера круїзних послуг є одним з найбільш перспективних напрямків розвитку внутрішнього і в'їзного туризму для більшості країн Європи. Круїзний туризм відноситься до спеціальних видів туризму, що поєднує в собі кілька його видів: рекреаційний, спортивний, лікувально-оздоровчий, пізнавальний [1]. Круїзний туризм може бути як річковим, так і морським, залежно від того, за яких водойм прокладений маршрут круїзу. Сфера круїзних послуг активно розвивається в багатьох країнах світу, які мають у своєму розпорядженні річкові й морські шляхи. За рахунок поєднання кількох видів туризму сфера круїзних послуг позиціонує надання виняткових вражень та досвіду як одну з вагомих конкурентних переваг.

Круїзне судно є специфічною (некласичною) туристською DESTINATION, яка не має чітких географічних координат. Класична туристська DESTINATION має певне місце в просторі, зміна якого неможлива, і у напрямку до якого переміщаються туристи [2]. В такому розумінні туристська DESTINATION сприймається як географічний (просторовий) об'єкт, що володіє певним набором характеристик. Однак не завжди турист проводить свою відпустку в одному місці, іноді він змінює своє місце розташування в часі, як це відбувається в круїзі. У даному випадку постійне переміщення в просторі, з однієї країни в іншу, з міста в місто, від однієї пам'ятки до іншої, є одним із чинників привабливості круїзів. З іншого боку,

круїзне судно хоч і змінює своє місце розташування по відношенню до берегової лінії, але по відношенню до пасажирів воно залишається на місці, а його територія має реальні межі, що створює певні зручності для туриста в знайомстві з визначними пам'ятками, розташованими на досить суттєвій відстані одна від одної. Будь-яке круїзне судно має розвинену туристичну інфраструктуру, що забезпечує комфортне перебування туриста і задоволення його потреб.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питанням круїзного туризму присвячено роботи І. А. Голубкової [3], в яких висвітлені загальні особливості розвитку круїзного судноплавства, що здебільшого пов'язані з зовнішніми умовами але не враховані індивідуальні особливості потреб туристів. С. Г. Нездоймінов [4, с. 565–570; 5, с. 220] розглядає стан круїзного ринку України в умовах міжнародної інтеграції регіонів. Вивченню круїзної індустрії в контексті досвідної компоненти присвятили свої роботи S. Sanz-Blas, D. Buzova, W. Schlesinger [6], L. Changchun [7, с. 170–176], H. Oh, A. M. Fiore, M. Jeoung [8, с. 119–132], S. Hosany, M. Witham [9], в яких наголошено на важливості урахування якості послуг в круїзній індустрії. Але в цих роботах недостатньо розкриті питання оцінки якості послуг, немає виділених показників такої оцінки, не розглянуто механізми зворотного зв'язку під час круїзного обслуговування, що має стати напрямком подальших досліджень у цій сфері.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Але на сьогодні не існує дієвого механізму вивчення ступеня задоволеності споживачів круїзних послуг та зворотного зв'язку з ними. Тому якість обслуговування, як важливий компонент задоволеності споживачів та фактор конкурентоспроможності в круїзному туризмі, є перспективним напрямом для наукових досліджень. На сьогодні недостатньо висвітленими в науковій літературі залишаються питання сервісної складової в круїзній сфері та її вплив на формування конкурентоспроможності в галузі, відсутні настанови щодо дієвих механізмів визначення ступеня задоволеності споживачів.

Постановка завдання. Спираючись на вищевикладене, метою статті є визначення низки ключових параметрів які найбільше впливають на конкурентоспроможність круїзного туризму з урахуванням принципів економіки вражень. Для досягнення цієї мети виділено такі завдання: дослідити основні чинники, які впливають на конкурентні переваги в круїзному туризмі, розглянути як якість обслуговування може впливати на конкурентоспроможність, що надасть можливість виявити дієві механізми визначення ступеня задоволеності споживачів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Специфіка круїзного судна полягає в тому, що воно, на відміну від інших транспортних засобів, не тільки забезпечує пересування туриста, але й одночасно є для нього місцем розміщення, харчування, розваг, екскурсійним бюро. Концепція круїзу передбачає здійснення щоденних зупинок в портах різних міст для ознайомлення з місцевими пам'ятками, які є для туриста вторинними туристськими зонами. При цьому морські та річкові круїзні судна мають розвинену інфраструктуру, завдяки якій на досить обмеженій території можливе надання широкого спектру послуг, спрямованих на задоволення рекреаційних потреб туристів. Забезпечення конкурентних переваг в сучасних умовах насиченого туристичного ринку потребує повного задоволення очікувань пасажирів. Для цього необхідно не тільки найбільш повно дослідити вимоги та очікування туристів, але й забезпечити надання всіх послуг найвищої якості. Тому, у

круїзному бізнесі актуальності набуває аналіз та оцінка якості обслуговування, тому що саме якість послуг впливає на рівень задоволення пасажирів.

За даними Міжнародної асоціації круїзних ліній за останні п'ять років попит на круїзні подорожі зріс на 20,5%. Сучасний світовий ринок круїзних послуг, поділений між трьома компаніями – «Carnival Corporation» (51% ринку круїзів світу), «Royal Caribbean International» (23%), «Star Cruises», MSC (10%), частка інших компаній (Gentling Group, Louis, Thomson та інші) – 16% [10]. Тому, практично, він має форму олігополії та достатньо високі бар'єри входу, серед яких можна виділити: високу капіталомісткість, низьку ліквідність основних фондів, необхідність реєстрації, альянси між існуючими компаніями. Ці провідні компанії контролюють імперію допоміжних круїзних ліній та принесли в цілому 34,2 млрд. дол. доходу в 2018 році. У 2018 році було підраховано, що світова круїзна індустрія коштує приблизно 150 млрд. дол. У 2017 у круїзних подорожах були 26,7 млн. пасажирів, кількість працівників зайнятих у круїзному бізнесі 1,108,676 осіб, загальний дохід галузі – 134 млрд. дол. [11].

На круїзний вид відпочинку в Україні припадає лише 1% потреб українських туристів [3]. Застарілі пасажирські судна та недостатня кількість пасажирських терміналів ускладнюють вихід українських компаній на світовий ринок. Тому питання пошуку та формування конкурентних переваг є актуальним. Наразі гострою залишається проблема сучасного стану та перспектив круїзного відпочинку, попиту та пропозиції, організації та економічної складової організації круїзного туризму.

У звітах Міжнародної асоціації круїзних ліній [11] та Круїзних асоціацій Флориди та Карибів [12] наведено характеристику пасажирів та сучасні тенденції галузі (рис. 1):

- 92% людей, які відправляються в круїзи, лояльно ставляться до круїзів та планують круїз як наступну відпустку, 65% подорожуючих оцінюють круїзи як найкращий тип відпустки порівняно із наземними подорожами, курортами, що працюють за системою «все включено», турами, орендою будинків для відпочинку та ін.;

- круїзи є найкращим вибором для відпочинку для сімей, особливо для тих, хто має дітей до 18 років, та діти більше беруть участь у процесі прийняття рішення про круїзи, ніж про наземні відпустки;

- круїзи набувають популярності у молодших поколінь – дві третини Покоління Y / Мілленіалів та 71% Покоління X вважають, що круїз – це їх улюблений відпочинок;

- на вибір покоління Бебі-бумерів більше впливають поїздки, порти та пункти призначення, а також маршрути та екскурсійні варіанти. Традиціоналістів цікавлять програми для дітей та сімей. Покоління Y / Мілленіали більше турбуються про вартість, зручність та розваги на борту.

Головною перевагою круїзів порівняно з наземними подорожами є можливість переміщення на великі відстані в комфортних умовах, отримати нові враження, як на суші так і на борту судна, обрати нові напрями для подальших подорожей.

Вивчаючи особливості конкуренції у круїзному бізнесі, варто звернутися до поняття конкурентоспроможності. За визначенням Р. А. Фатхутдінова – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку [13, с. 128]. У цьому визначенні позначена

важливість нецінових факторів у забезпеченні конкурентоспроможності, тому це визначення доцільне для круїзного бізнесу в розрізі економіки вражень.

Стосовно сфери круїзних послуг конкурентоспроможність – це комплексний показник, що відноситься до фіксованого часового інтервалу та першого сегменту туристичного ринку, і характеризує здатність приваблювати туристів за допомогою використання синергетичного ефекту, отриманого від створення, використання і утримання конкурентних переваг [6; 14 с. 192–194]. Так, в якості конкурентних переваг можуть виступати додаткові персоналізовані послуги із залученням рекреаційно-туристичних ресурсів збагачені емоційною складовою.

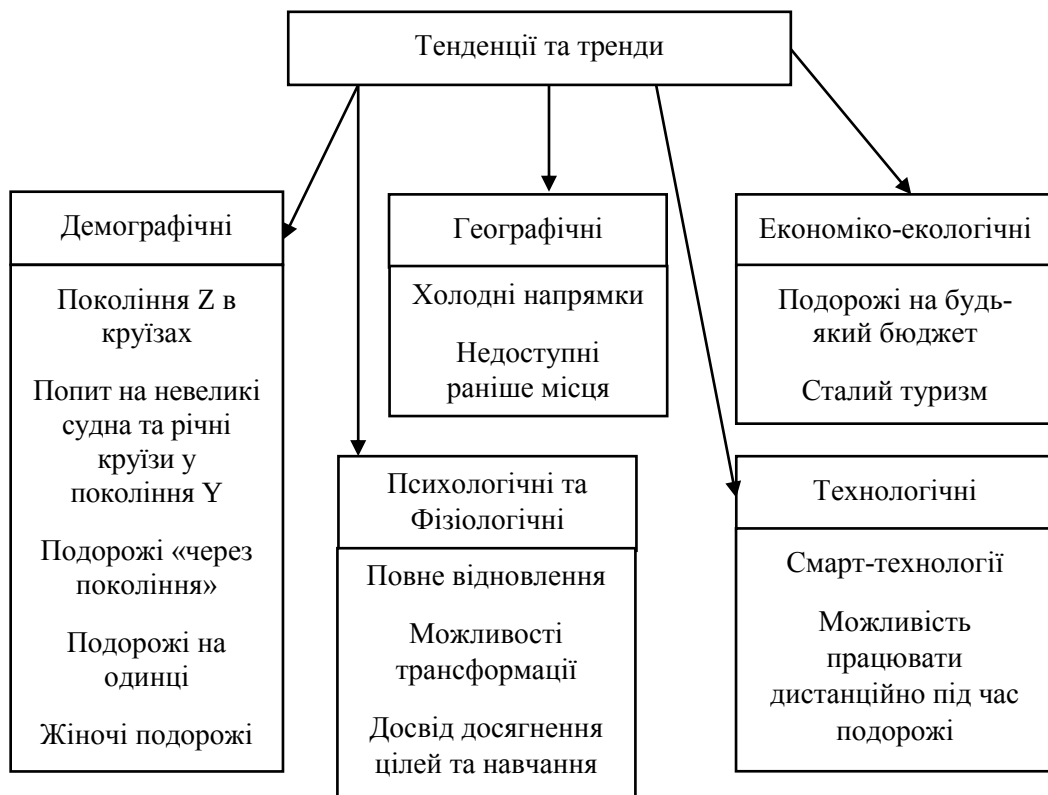


Рис. 1. Тренди у круїзній індустрії
Джерело: згруповано автором на основі [11; 12]

Саме конкуренція є рушійною силою круїзного бізнесу. Вона спонукає суб'єктів шукати нові засоби для задоволення потреб та вимог пасажирів. Обсяг ринку круїзних суден порівняно невеликий, і бар'єри як для входу, так і для виходу пов'язані з надзвичайно високими витратами на придбання або продаж одного круїзного судна, а також великими інвестиціями, необхідними для утримання та управління круїзною лінією, яка має вирішальний вплив на різноманітні аспекти та стратегії, пов'язані з організаційними та управлінськими проблемами [15].

Обмежена кількість компаній дозволяє їм уважно спостерігати за потенційними комерційними загрозами в постійній конкуренції за клієнтуру під впливом загальних економічних умов та інших альтернатив відпочинку, таких як екскурсії, наземні курортні готелі, тематичні парки тощо [7, с. 170–176]. Це

призвело до поділу круїзної індустрії на добре диференційовані сектори або ринкові ніші – розкішні, преміальні та сучасні – які пропонують різноманітні та цільові круїзні товари та послуги для задоволення як масових споживчих ринків, зацікавлених у бюджетних пакетах, так і визначної клієнтури, яка прагне до ексклюзивного середовища на борту невеликих ультра-розкішних суден.

Ціна, як головний критерій вибору, і, відповідно, привабливість тієї чи іншої продукції ставиться на перше місце лише малозабезпеченими верствами населення та стосується переважно товарів першої необхідності. Крім того, круїзні послуги, завжди відносилися до елітарних, тому ціна, як фактор привабливості, чинить менший вплив на формування конкурентоспроможності даного виду послуг [16, с. 318–457].

Цінові інструменти майже не використовуються у круїзному бізнесі для підвищення конкурентоспроможності. Серед цінових переваг можна виділити лише раннє бронювання – можливість заздалегідь придбати круїзну послугу за більш дешевою ціною. Також використовуються знижки для пізнішого бронювання. Варто зазначити, що для круїзного бізнесу важливішими є нецінові методи конкуренції, основними з яких є – підвищення якості послуг, рівня безпеки, комфортабельності тощо [8, с. 119–132; 9; 17].

Для круїзних компаній важливою умовою підвищення конкурентоспроможності є формування бренду [18]. Це потребує великих капіталовкладень і багато часу на формування іміджу та репутації. Лідери світового ринку круїзних послуг вже мають своїх прихильників, які довіряють певним туристичним компаніям, обираючи їх на основі власного досвіду та рекомендацій знайомих. Вони частіше обиратимуть круїзи від звичної компанії, навіть якщо ціна на них буде вища за ціну конкурентів.

В круїзній сфері відбувається змагання за туриста здебільшого за рахунок сервісної складової – пропонування послуг, тобто споживчих вартостей, що хоч і не мають матеріального втілення, але здатні привабити потенційного споживача. Наприклад, на лайнері Paul Gauguin компанії Paul Gauguin Cruises, яка своїм слоганом обрала «To the Soul of the South Seas», оскільки спеціалізується на круїзах у Південній півкулі, пропонується під час зупинок катання на каяках, які спускаються на воду з багажного відсіку лайнера, дайвінг з обладнанням, що знов-таки пропонує теплохід, тощо.

У найбільш потужному сегменті Стандарт і конкуренція найбільша. Тому компанії, розширюючи інфраструктуру своїх лайнерів, особливу увагу приділяють розважальному і рекреаційному сервісу, про що часто красномовно говорять самі слогани: «Escape completely» (Princess Cruises), «Freestyle Cruises» (Norwegian Cruises Line). Круїзна компанія Disney Cruise Line сповідує принцип «Все для дітей».

Як круїзи для сімейного відпочинку позиціонують свій турпродукт італійські круїзні компанії Costa Cruises і MSC Cruises. Це висуває вимоги як до інфраструктури, яка має задовольняти потреби і дітей, і дорослих – їхніх батьків, так і визначає номенклатуру послуг як розважального, так і рекреаційного і розвиваючого характеру. Особливої уваги потребує сервісна культура, яка має бути гнучкою, підлаштованою до доволі різноманітних потреб численної аудиторії туристів, оскільки судна цієї категорії є найбільш місткими (до 3000 туристів).

Велика частина конкурентних переваг у сфері туристських послуг не природного походження, а відтворюються людиною штучно. Отже, маркетинг, інновації та імідж торгової марки є життєво важливими елементами в такому

конкурентному комерційному середовищі та ключовими факторами для досягнення успіху в секторі круїзного бізнесу.

У наукових працях [20, с. 47–56; 21, с. 16–24; 22, с. 13–86; 23, с. 165–172; 24, с. 397–407] стверджується, що якість обслуговування з боку споживача – це взаємозв'язок між його очікуваннями від конкретної послуги і її сприйняттям; а з боку виробника/постачальника послуги – роздуми про те, як задовольнити клієнта так, щоб у нього склалося позитивне ставлення до обслуговування, яке він отримав. Отже, в процесі обслуговування беруть участь два суб'єкти: виробник послуги та її споживач, а обслуговування є результатом їх взаємодії. Однак, у сфері круїзних послуг обслуговування – складний процес, до якого залучено набагато більше учасників, в їх числі туристи, постачальники туристських послуг, круїзні компанії, турагентства, місцеві жителі та ін.

Важливим також є значення поняття якості туристичного обслуговування, що досліджується в цій статті.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО), якість в туризмі – результат процесу, що передбачає задоволення всіх законних потреб, вимог і очікувань туриста щодо продукції та послуг за прийнятною ціною відповідно до базового рівня вимог до таких детермінант, як безпека і охорона, гігієна, доступність, прозорість, достовірність та існування гармонії між здійснюваною туристичною діяльністю і навколишнім середовищем (людської і природної) [25].

У сфері круїзних послуг обслуговування – складний процес, до якого залучено багато учасників. В обслуговуванні туристів та задоволенні їх потреб приймають участь перевізники, заклади харчування, розміщення туристів, страхові компанії, туроператори, турагенти. На задоволення потреб туристів спрямована також діяльність фізичних осіб, які надають послуги екскурсійного обслуговування, перекладу, супроводу. Формування якісного турпродукту потребує детального вивчення мотивації та потреб споживачів.

У першу чергу, абсолютно будь-який турист потребує задоволення фізіологічних потреб, важливість яких обумовлено тим, що людина – біологічна істота, саме тому він звертає увагу на якість послуг розміщення та харчування. На наступний план відповідно до ієрархії потреб, розробленої Маслоу, виходять соціальні потреби, які на круїзному судні задовольняються анімаційною службою, екскурсійними бюро, службами організації дозвілля, казино на морському лайнері та низкою інших служб і підрозділів.

Якість туристського обслуговування в круїзі досягається за рахунок задоволення потреб, бажань та інтересів всіх учасників процесу, яких можна умовно розділити на 3 групи:

- 1) туристи (задоволення потреб з урахуванням наявного туристського досвіду);
- 2) виробники та продавці послуг (отримання прибутку);
- 3) суспільство вторинних туристських дестинацій – міста заходу судна.

Якщо говорити безпосередньо про культуру обслуговування в круїзному туризмі, то варто розглянути особливості послуг, які надає компанія безпосередньо «на борту» лайнера. Зазвичай, показником у сфері обслуговування в круїзному туризмі є широкий вибір різноманітних безкоштовних та платних пропозицій, які надає круїзна компанія своїм пасажиром. Це не лише обов'язкові в таких випадках послуги з харчування (більшість компаній надають такі послуги за системою all-inclusive, тобто «все включено»), але й різноманітні пропозиції для проведення пасажиром дозвілля. Це можуть бути басейни, спа-процедури й тренажерні зали, й

навіть поля для міні-гольфу, дайвінг, прогулянки на каяках і т. д. Також, зазвичай практикується влаштування різних культурних програм для пасажирів, як-то: різноманітні шоу, вечірки, дискотеки, концерти.

Тільки якісне обслуговування на круїзних суднах може забезпечити високий рівень конкурентоспроможності круїзних послуг щодо інших популярних видів туристських послуг. Багато круїзних компаній зрозуміли, що чудову якість обслуговування можуть забезпечити їм значні конкурентні переваги, результатом яких стануть підвищені обсяги продажів і високі показники прибутку, так як основна частка прибутку підприємств туризму формується за допомогою виручки, одержуваної від обслуговування постійних клієнтів [26]. Саме постійні клієнти формують стабільний попит на туристичні послуги, що допомагає останнім у забезпеченні постійного приросту доходів.

За даними AAC (American Association of Consumers) пошук і залучення нових клієнтів коштує в 5–6 разів більше, ніж утримання вже наявних [27]. Отже, досягнення високого ступеня задоволеності важливо як для туриста, так і для круїзної компанії, яка, за умови забезпечення стабільно високої якості обслуговування матиме можливість:

- підвищити лояльність своїх клієнтів;
- стабілізувати попит на свої послуги за рахунок збільшення кількості постійних клієнтів;
- знизити витрати на залучення нових споживачів;
- забезпечити поширення усної реклами, яка сприяє розвитку ринку круїзних послуг.

Вивчення та оцінка якості туристичних послуг має ґрунтуватися на дослідженні індивідуальних потреб туристів, що утворюють основну споживчу групу туристських ресурсів. Для позитивної оцінки споживачами якості обслуговування необхідно перевищення їх очікувань від отримуваних послуг та відпочинку в цілому, що гарантує високу привабливість круїзних послуг та велику імовірність бажання відтворити цей досвід.

Створення ефективної методики оцінки якості обслуговування в круїзі необхідно для управління системою якості обслуговування на круїзному судні і отримання об'єктивної оцінки привабливості круїзних послуг і, отже, їх конкурентоспроможності. Відомо, що організації, які мають ефективну систему якості, доводять, що вони здатні тримати під контролем всі фактори, що впливають на якість послуг при оптимальних витратах. Всебічна оцінка якості обслуговування в круїзі є основою оцінки конкурентоспроможності круїзного судна.

Серед причин, що ускладнюють оцінку якості обслуговування в круїзі можна виділити:

1. Специфічні властивості послуг, які формують туристичне обслуговування в круїзі [26, с. 49–53].

2. Системність та варіативність туристського обслуговування в круїзі. Висока варіативність послуги викликає стрімкий розвиток нестійкості її якості [28, с. 228–240].

3. Мінливість наданої якості обслуговування, обумовлена високою часткою впливу людського фактору на результат надання круїзних послуг. Роль людського фактору виражена в мінливості фізичної форми та емоційного стану виконавця послуг, а в пікові періоди туристського потоку можливе зниження якості послуг, що надаються через перевтому персоналу [28, с. 118–200]. У більшості випадків

оцінка якості залежить від самого виконавця послуги, споживача, його особистих якостей і попереднього туристичного досвіду, умов надання послуги.

4. Високий рівень суб'єктивізму при оцінці круїзного обслуговування. Для досягнення максимального економічного ефекту організацією – постачальником туристичних послуг, необхідна найбільш повна відповідність обслуговування потребам замовника і споживача послуги [29, с. 100–123].

5. Неоднозначність в оцінці туристом елементів обслуговування проявляється в тому, що, на думку низки вчених, значимість окремих властивостей товару або послуги залежить від типу споживача [30]. Споживачі віддають перевагу не всім властивостям, а тільки деяким властивостям привабливості товару або послуги для них.

6. Труднощі вимірювання показників якості обслуговування в абсолютних величинах.

На оцінку споживачем якості наданого йому обслуговування можуть впливати:

- попередній досвід круїзних поїздок;
- стандарт якості життя в країні проживання;
- особистий стандарт життя (стійкі звички та уподобання).

Існує наукова позиція, згідно з якою якість – величина вимірна і, отже, невідповідність продукту зазначеним до нього вимогам може бути виражена через будь-яку постійну міру, якою зазвичай є гроші [31]. Однак доцільно зазначити, що на різних круїзних судах, на яких пропонуються аналогічні за ціною круїзи, може надаватися різна якість обслуговування, обумовлена стандартом якості круїзної компанії, кваліфікацією команди і екіпажу судна, змістом розважальної програми. Чим складніше послуга, більше постачальників послуг, складніше її технологія, тим важче створити відповідну систему показників і тим вище роль такого показника як задоволеність споживача, що не має вираження в натуральних і вартісних величинах [32].

Питання поліпшення якості обслуговування в круїзі тісно пов'язані з проблемами оцінки якості круїзних послуг, тому якість обслуговування і методика його оцінки є ключовою сферою інтересу для суб'єктів ринку круїзних послуг і вирішальним фактором в досягненні комерційного успіху для круїзних компаній. Оцінка якості обслуговування в круїзі потребує всебічного вивчення та аналізу потреб і очікувань туриста. Поряд з цим необхідно враховувати існування певного фінансового ліміту у кожного туриста на задоволення своїх потреб, в тому числі за рахунок придбання та споживання додаткових послуг і наявність у споживача інформації про способи задоволення конкретних потреб. З урахуванням всіх наведених вище обставин і повинна проводитися оцінка якості обслуговування. У свою чергу, якість обслуговування визначається сумарною оцінкою якості послуг, якими турист скористався в круїзі.

На якість, як кожної круїзної послуги, так і круїзного обслуговування в цілому можуть вплинути такі фактори, як:

– Матеріально-технічна база, яка використовується для надання послуги. Наприклад, оформлення та оздоблення приміщень безпосередньо розміщення туристів та місць загального користування, їх стан та наслідування сучасним тенденціям відіграють важливу роль при формуванні враження від споживання послуги харчування, проживання, омолодження, оздоровлення, спортивних і розважальних послуг відповідно.

- Якість праці обслуговуючого персоналу (професіоналізм, зовнішній вигляд, привітність).
- Технологічні процеси, які значною мірою впливають на послуги харчування та екскурсійні послуги (технологічне оснащення для надання послуг відповідно до сучасних тенденцій).
- Своєчасність надання послуги.
- Час обслуговування і очікування найбільш важливі при наданні інформаційних послуг, харчування.
- Співвідношення частки основних і додаткових послуг у складі пакету комплексного обслуговування.

З метою забезпечення індивідуалізованого підходу при обслуговуванні та отримання найбільш високої оцінки якості наданого обслуговування з боку туриста, в круїзі має бути забезпечений широкий вибір додаткових послуг для того, щоб туристи різних типів з різними вподобаннями могли обрати комплект послуг, який найбільш повно задовольняє їх очікування і потреби.

Оцінка якості обслуговування в круїзі повинна проводитися на основі комплексного підходу та аналізу якісних показників всіх послуг від початку круїзу до його завершення. Такий підхід дозволить оцінити загальний, синергетичний ефект, який буде значно перевищувати ефект від окремої послуги, і дозволить отримати правильну оцінку якості всього процесу обслуговування. При цьому необхідно враховувати той факт, що якщо хоча б за одним напрямком надання круїзної послуги не було досягнуто відповідну якість, ефект буде дуже негативним і по всьому круїзу в цілому. Важливим фактором є те, в якій туристській дестинації здійснюється оцінка якості туристичних послуг, оскільки вона впливає, безумовно, як на зміст (тобто набір послуг), так і на відношення до якості самих послуг.

Сьогодні для оцінки якості туристичних послуг та обслуговування можливе використання наступних методів: статистичний, порівняння, анкетування, експертний, спостереження, комплексний. На сьогодні в круїзному туризмі найбільше використовують методи анкетування, спостереження, статистичний, порівняння [7]. Проаналізувавши вказані методи, можна сказати, що окремо всі перелічені методи мають свої недоліки. Так, наприклад, не всі туристи мотивовані, щоб проходити анкетування; при експертному методі виникають проблеми із залученням високо кваліфікованих експертів та у узгодженні їх думок; для спостереження відсутні стандартні методики обробки отриманих даних. Тому доцільно обирати та використовувати декілька методів одночасно. На думку авторів, найбільш інформативними є методи анкетування та порівняння.

Складності в оцінці якості обслуговування обумовлюються також багатоетапністю надання круїзних послуг та кількістю залучених до цього процесу діючих осіб.

Для потенційного туриста процес обслуговування починається з пошуку інформації про актуальні пропозиції. Тут істотний вплив на рішення людини про дзвінок в туристське агентство або навіть остаточний вибір круїзу надає якість оформлення інтернет-сайту круїзної компанії і її сторінки в соціальних мережах, реклама круїзної компанії, її теплоходів і опис програми круїзів. Покладаючись на достовірність знайденої інформації, споживач оцінює переваги і недоліки круїзів, порівнює ціни, маршрути та програми, час прибуття і відправлення, і потім приймає рішення про дзвінок менеджеру в компанію з найбільш цікавими пропозиціями.

Досить важливою складовою процесу обслуговування є етап безпосереднього продажу туристської путівки. Негативний досвід, отриманий споживачем під час обговорення об'єкта покупки, може схилити клієнта до придбання турпродукту іншої круїзної компанії.

Беручи до уваги специфіку круїзного турпродукту, для надання високоякісної консультації щодо асортименту круїзних турпакетів, менеджеру необхідно володіти деякими спеціальними знаннями. Отже, для підвищення якості докруїзного (продажного) обслуговування, круїзні турпакети доцільніше реалізовувати в спеціалізованих турагентствах або в вузькопрофільних відділах у складі багатопрофільних турагентств.

Якість супутнього обслуговування також може зробити істотний вплив на загальне враження від усього круїзу. У першу чергу, це стосується негативної оцінки. Більш того, несвоєчасна доставка туриста до місця початку круїзу може стати перешкодою до споживання туристом основних круїзних послуг, тому важливо більше приділяти уваги розробці та впровадженню послуг трансферу в якості супутнього сервісу; організації послуг доставки багажу в каюти і назад, та ін.

Основну відповідальність за якісне бортове обслуговування в круїзі несе круїзна компанія. Наземне круїзне обслуговування організовується спільними зусиллями круїзної компанії і постачальників послуг (екскурсійних агентств, транспортних компаній, підприємств харчування – при організації харчування на березі і деяких інших), але підсумкова якість обслуговування контролюється все-таки круїзною компанією, яка має свободу вибору основних партнерів в процесі створення свого турпродукту. На задоволення туристів на судні впливає низка елементів, які загалом і складають враження та задоволення туристу від круїзу (рис. 2). Тому дуже важливо забезпечити високий рівень якості кожної складової комплексу круїзних послуг.



Рис. 2. Складові задоволення споживачів від якості послуг у круїзній індустрії
Джерело: розроблено автором на основі [38–40]

Додаткове обслуговування повинно бути представлено послугами, затребуваними у туристів, але відсутність яких в круїзі не порушуватиме його цілісність. Ціна на подібні послуги повинна відповідати фінансовим можливостям основної маси туристів на круїзному судні. Достатня кількість додаткових послуг допомагає самостійно модифікувати кожному туристу турпродукт відповідно до своїх індивідуальних потреб та інтересів.

При оцінці якості обслуговування на круїзному судні значну увагу варто приділити середньозваженими оцінками, так як всі одиничні показники якості будуть мати різну ступінь впливу на формування узагальненого показника якості обслуговування.

Для отримання більш точних результатів оцінки якості обслуговування, необхідно правильно вибрати показники, за якими буде проводитися оцінка. При розробці подібного переліку показників доцільно орієнтуватися, у першу чергу, на очікування і вимоги самих туристів. При формуванні потрібно розглядати продукт, як сукупність послуг протягом всього обслуговування.

Науковці сходяться на думці, що може бути використано декілька способів формування показників оцінки якості обслуговування, в тому числі на основі [40]:

а) анкетування туристів на борту круїзного судна; б) спостереження за допомогою роботи фокус-групи, що складається з представників різних підрозділів круїзної компанії; в) моніторингу скарг і пропозицій туристів.

Ці методи використовуються найчастіше. Ключовим суб'єктом реалізації методу спостереження є організатор круїзу, який на власний розсуд проводить вибірку послуг в круїзі (як додаткових, так і запропонованих в основному пакеті) та відвідує їх. У цього метода оцінки якості обслуговування в круїзі є суттєвий недолік – випадковість вибірки заходів, які спостерігаються, і неможливість здійснення суцільного спостереження за всіма послугами, що надаються в круїзі.

Метод анкетування [49, с. 251–278] надає більше можливостей для отримання інформації та її аналізу з урахуванням міркувань більшості туристів на борту, а не суб'єктивного враження однієї людини. Однак необхідно враховувати, що точність оцінки при використанні цього методу здебільшого спирається на набір показників якості та методи їх оцінки. Також складним питанням залишається мотивація туристів для участі в анкетуванні.

Спираючись на вищезазначене, для проведення опитування найбільш інформативними є наступні показники за секторами обслуговування (табл. 1): розміщення, харчування, дозвілля, екскурсійний супровід, транспортні послуги, робота персоналу, супутні послуги.

Таблиця 1

Показники якості обслуговування для проведення опитувань пасажирів круїзів

Група показників (сектор круїзного обслуговування)	Показники оцінки якості обслуговування
Розміщення (показники, що відносяться до кают)	Якість прибирання в каюті; устаткування каюті; комфортабельність каюті; швидкість обслуговування.
Розміщення (показники, що відносяться до теплоходу)	Чистота теплохода; наявність додаткових послуг; комфортабельність судна; загальне враження від теплоходу.
Харчування (в ресторані)	Якість харчування; різноманітність меню; швидкість обслуговування; інтер'єр / атмосфера; оформлення страв; розмір порцій; сервіс в ресторані.

Продовження табл. 1

Харчування (в барі)	Асортимент; ціни; сервіс в барах; якість продукції, що надається в барі; вибір напоїв; швидкість обслуговування; час роботи.
Дозвілля/розваги на борту	Наявність розважальних заходів на борту; інформування щодо майбутніх заходів; різноманітність; періодичність; робота аніматорів; час роботи аніматорів.
Екскурсійна програма (на березі)	Різнорманітність екскурсійної програми; екскурсії, які найбільше сподобалися; екскурсії, що найменш сподобалися; робота екскурсоводів.
Екскурсійна програма (на борту)	Робота бортового гіда; своєчасність надання інформації на борту; обсяг наданої інформації.
Транспорт	Якість трансферу; якість супутнього транспорту; вчасність подачі транспорту.
Робота персоналу і екіпажу	Директора круїзу; адміністраторів; покоївки; робітників закладів харчування; екіпажу теплохода.
Додаткові показники	Частота круїзних поїздок туриста; набір додаткових послуг на борту; загальне враження; причини вибору судна; медичне обслуговування на борту; оцінка судна в цілому; загальне враження від круїзу; цікавість маршруту; співвідношення ціна/якість круїзу; погода під час круїзу; порівняння поточного круїзного досвіду з попереднім.

Джерело: сформовано на основі [38; 40; 41]

За обраними показниками респонденти повинні оцінити рівень їхнього задоволення за 5-бальною шкалою по типу шкали Лайкерта [41], що варіюється від «5 = надзвичайно задоволений до 1 = дуже незадоволений». Відповіді споживачів дозволять проаналізувати, які сфери потребують поліпшення та більш пильного контролю якості, та своєчасно скоригувати процес обслуговування під час круїзу. Відповідно очікується, що за результатами опитування, менеджери організують сценарій обслуговування таким чином, що воно перевищить очікування гостей. Якісного круїзного досвіду можна досягти, створюючи заходи, в яких гості можуть: дізнаватися нове, задовольнити цікавість, насолодитися різноманітними естетичними задоволеннями, поглянути на візуальні об'єкти, втекти від повсякденного життя та буденності, розважатися в організованих заходах та насолоджуватися розважальною програмою та шоу.

Якщо гості отримують задоволення (їх сподівання будуть перевищені), вони надають позитивні рекомендації знайомим, друзям, залишають відгуки у соціальних мережах, таким чином сприяють поширенню подібного відпочинку. Для цього необхідно бездоганно забезпечити відповідність стандартам якості, наприклад: безпека підвищує почуття добробуту гостей; ввічливість зміцнює приємну атмосферу; візуальний вигляд забезпечує приємний кадр для сервісної взаємодії та ефективність сприяє перевищенню очікувань гостей [40]. Для досягнення лояльності гостей та повернення їх на круїзні кораблі менеджери зобов'язані надати послугу, яка не тільки відповідатиме, але й перевищить їх сподівання. Тоді гості, спираючись на власний досвід, позитивно розповідатимуть про свій круїзний відпочинок та рекомендуватимуть круїзи іншим людям. Однак, щоб перевищити очікування гостей,

варто встановити стандарт їхніх очікувань. Гості відчують перевищення своїх очікувань лише в тому випадку, якщо відчули, що отримали набагато більше, ніж те, за що вони заплатили за витрачений час та гроші.

Висновки і перспективи подальших розробок. У статті представлено показники якості круїзних послуг, які можуть впливати на загальну задоволеність туристів. Досліджена доцільність опитування та анкетування пасажирів круїзу для подальшого покращення якості послуг круїзного туризму задля підвищення конкурентоспроможності. Зазначено, що пошук і залучення нових клієнтів коштує дорожче, ніж утримання вже наявних. Саме постійні клієнти формують стабільний попит на туристичні послуги, що допомагає останнім у забезпеченні постійного приросту доходів. Таким чином, тільки якісне обслуговування на круїзних суднах може забезпечити високий рівень конкурентоспроможності круїзних послуг щодо інших популярних видів туристських послуг. Визначено, що висока якість обслуговування може забезпечити значні конкурентні переваги, результатом яких стануть підвищені обсяги продажів і високі показники прибутку, так як основна частка прибутку підприємств туризму формується за допомогою виручки, одержуваної від обслуговування постійних (зворотних) клієнтів.

Доведено, що оцінка якості туристичних послуг має ґрунтуватися на дослідженні індивідуальних потреб туристів, що утворюють основну споживчу групу туристських ресурсів. На основі проведених досліджень можна зробити висновки, що оцінка якості послуг потребує виконання наступних завдань: проведення статистичних досліджень, багаторазового регресійного аналізу для отримання найкращих прогнозів бажаних результатів (лояльність та задоволення туристів), відстеження та аналіз зворотного зв'язку. Запропоновані групи показників, за якими варто проводити оцінку якості обслуговування та визначати рівень задоволеності туристів. Для більшої ефективності необхідною є розробка системи комплексних кількісних показників круїзного туризму для моніторингу результатів діяльності галузі на основі прийнятих стандартів. Система повинна включати низку екологічних та соціальних показників та служити інструментом для менеджерів з питань туризму, планувальників та відповідних органів.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на розробку системи оцінки показників якості обслуговування в круїзному туризмі.

Література

1. *Протокол до Афінської конвенції про перевезення морем пасажирів та їх багажу 1974 року* : Конвенція, Міжнародний документ № 995_094. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_094#Text (дата звернення: 03.03.2021).
2. Машкович Е. А. Оценка понятия «туристская дестинация» в контексте современной туристики. *Известия Иркутской государственной экономической академии*. 2007. № 6. С. 89–92.
3. Голубкова И. А. Закономерности развития круизного туризма. *Ефективна економіка*. 2012. № 12. URL: <http://www.econpmu.nauka.com.ua> (дата обращения: 05.03.2021).
4. Нездоймінов С. Г. Круїзний ринок України в умовах міжнародної інтеграції регіонів. *Глобальні та національні проблеми економіки* : електрон. наук. фахове видання. 2015. № 6. С. 565–570.
5. Нездоймінов С. Г. Формування ринку морського круїзного туризму в Причорноморських регіонах України. *Ринки туристичних послуг : стан і тенденції розвитку* : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : Астропринт, 2013. 304 с. С. 298.

6. Sanz-Blas, S., Buzova, D. and Schlesinger, W. (2019). The sustainability of cruise tourism onshore : The impact of crowding on visitors' satisfaction sustainability. *Sustainability*. Vol. 11 (6), 1510. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11061510>.
7. Changchun, L. Q., Tingting, G., Dai, A. The Market effect and value-added research about cruise tourism industry. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 5. No. 13. December 2014. Pp. 170–176.
8. Oh, H., Fiore, A. M., Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts : Tourism applications. *Journal of Travel Research*. Vol. 46. Issue 2. Pp. 119–132.
9. Hosany, S. & Witham, M. (2010). Dimension of cruisers' experiences, satisfaction and intention to recommend. *Journal of Travel Research*. Vol. 49 (3). Pp. 351–364. DOI: 10.1177/0047287507304039.
10. Нездойминов С. Г., Андреева Н. М. Морской круизный бизнес как вектор международной интеграции морехозяйственного комплекса Украины. *Економіка природокористування*. 2014. № 7. С. 43–45.
11. *Cruise Travel Trends and State of the Cruise Industry Outlook 2019* / Cruise Lines International Association (CLIA) : website. URL: <https://cruising.org/en-gb/news-and-research/press-room/2018/december/2019-cruise-travel-trends-and-state-of-the-cruise-industry-outlook> (access date: 04.03.2021).
12. *Cruise industry overview 2018* / The Florida-Caribbean Cruise Association : website. URL: <https://www.f-cca.com/downloads/2018-Cruise-Industry-Overview-and-Statistics.pdf> (access date: 04.03.2021).
13. Фатхутдинов Р. А. *Стратегический менеджмент* : учеб. Москва : Дело, 2002. 448 с.
14. Морозов М. А., Войт М. Н. Вопросы оценки качества туристского обслуживания. *Вестник Российского нового университета : экономика*. 2011. № 2. С. 192–194.
15. *The cruise industry : General analysis and overview*. URL: <http://www.windrosenetwork.com/The-Cruise-Industry-General-Analysis-and-Overview> (access date: 10.03.2021).
16. Портер М. *Конкуренция*. Москва : ИД «Вильямс», 2010. 592 с.
17. Stojanović, M., Jugović, T., Jugović, A. (2014). Indicators of passenger flows movements on the world and mediterranean cruise market. *Scientific Journal of Maritime Research*. Vol. 28. No. 1. Pp. 40–48. URL: <https://hrcak.srce.hr/123241> (access date: 11.03.2021).
18. Radic, A., Bjork, P., & Kauppinen-Raisanen, H. (2019). Cruise holidays : How on-board service quality affects passengers' behavior. *Tourism in Marine Environments*. Vol. 14. No. 1–2. Pp. 45–59. DOI: <https://doi.org/10.3727/154427319X15471581334642>.
19. Нестерова К. С. Оцінка конкурентних переваг України у світовому морському туристичному бізнесі. *Економіка. Управління. Інновації*. Серія : економічні науки. 2016. № 4 (19). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_4_10 (дата звернення: 12.03.2021).
20. MacKay, K. J., and Crompton, J. L. (1990). Measuring the quality of recreation services. *Journal of Park and Recreation Administration*. No. 8 (3). Pp. 47–56.
21. Ostrowski, P. L., O'Brien, T. V., Gordon, G. L. (1993). Service quality and customer loyalty in the commercial airline industry. *Journal of Marketing*. No. 22(2). Pp. 16–24.
22. Parasuraman, A., Grewal, D., Krishnan, R. (2004). *Marketing research*. Boston : Houghton Mifflin. 256 p.
23. Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (1997). *Consumer behaviour*. London : Prentice Hall. 183 p.
24. Petrick, J. F. (2004). The roles of quality, value, and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioral intentions. *Journal of Travel Research*. Vol. 42 (4). Pp. 397–407.
25. *Quality in tourism* / The World Tourism Organization (UNWTO) : website. URL: <http://sdt.unwto.org/en/content/quality-tourism> (access date: 12.03.2021).
26. Котлер Ф. *Маркетинг. Гостеприимство. Туризм*. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 107 с.
27. *Оценка уровня удовлетворенности потребителей – не роскошь, а осознанная необходимость*. URL: http://www.your-people.ru/udovletvorennost_potrebitelei.php (дата обращения: 14.03.2021).

28. Ополченнов И. И. *Управление качеством в сфере услуг* : учеб. Москва : Советский спорт, 2008. 246 с.
29. Чайников В. Н. *Управление качеством и конкурентоспособностью услуг* : учеб. пособ. Чебоксары : Изд-во Чуваш. ун-та, 2009. 160 с.
30. Магомедов Ш. Ш., Беспалова Г. Е. *Управление качеством продукции* : учеб. Москва : Дашков и Ко, 2013. 336 с.
31. Кулагин Е. П. *Управление качеством*. Н. Новгород : Пламя, 2010. 150 с.
32. Огнева С. В. *Техническое регулирование в обеспечении качества туристских услуг*. Москва : ГОУ ВПО «РГУТ и С», 2009. 335 с.
33. Teye, V. B., & Leclerc, D. (1998). Product and service delivery satisfaction among North American cruise passengers. *Tourism Management*. Vol. 19 (2). Pp. 153–160.
34. Qu, H., & Ping, E. W. Y. (1999). A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction. *Tourism Management*. Vol. 20 (2). Pp. 237–244.
35. Swain, R. A., & Barth, J. E. (2002). An analysis of cruise ship rating guides. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. Vol. 3 (4). Pp. 43–60.
36. Petrick, J. F., Tonner, C., & Quinn, C. (2006). The utilization of critical incident technique to examine cruise passengers' repurchases intentions. *Journal of Travel Research*. Vol. 44 (3). Pp. 273–280.
37. Li, Y., & Kwortnik, R. J. (2017). *Categorizing cruise lines by passenger perceived experience* / Cornell University, School of Hotel Administration : website. URL: <http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/1088> (access date: 14.03.2021).
38. Zhang, Z., Ye, Q., Song, H., & Liu, T. (2015). The structure of customer satisfaction with cruise-line services: An empirical investigation based on online word of mouth. *Current Issues in Tourism*. Vol. 18 (5). Pp. 450–464.
39. Brida, J. G. and Zapata, S. (2010). Cruise tourism : economic socio-cultural and environmental impacts. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*. Vol. 1 (3). Pp. 205–226. DOI: 10.1504/IJLTM.2010.029585.
40. Seunghyun “Brian” Park, M. S. (2016). *Tourist experiences and word-of-mouth : The mediating effect of memory* : an abstract of a dissertation. Department of Hospitality Management College of Human Ecology Manhattan. Kansas State University. 192 p. URL: <https://krex.k-state.edu/dspace/bitstream/handle/2097/32809/SeunghyunPark2016.pdf;jsessionid=618C0B9DA1E5FE0CFAB87C6D429B52E2?sequence=5> (access date: 15.03.2021).
41. Carifio, J., Perla, R. J. (2007). Ten common misunderstandings, misconceptions, persistent myths and urban legends about likert scales and likert response formats and their antidotes. *Journal of Social Sciences*. Vol. 3 (3). Pp. 106–116. DOI: 10.3844/jssp.2007.106.116.
42. Quadri, D. L. (2012). *An experience economy analysis of tourism development along the Chautauqua-Lake Erie Wine Trail*: graduate theses and dissertations. 12443. URL: <https://lib.dr.iastate.edu/etd/12443> (access date: 15.03.2021).
43. Kwortnik, R. J. (2008). Shipscape influence on the leisure cruise experience. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. Vol. 2 (4). Pp. 289–311. DOI: <https://doi.org/10.1108/17506180810908961>.
44. *Cruise competitive benchmark report*. URL: <https://keylimeinteractive.com/reports/cruise-benchmark-report> (access date: 16.03.2021).
45. Testa, M. and Sullivan, K. (2002). Customer satisfaction, quality in cruise industry. *Hospitality Review*. Vol. 20. Iss. 2. Article 1. URL: <https://digitalcommons.fiu.edu/hospitalityreview/vol20/iss2/1> (access date: 18.03.2021).
46. Li, Y., & Kwortnik, R. Categorizing cruise lines by passenger perceived experience. *Journal of Travel Research*. Vol. 56. Issue 7. Pp. 941–956. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287516674602>.
47. Нестерова К. С. *Державна регуляторна політика сприяння розвитку морського туризму в Україні* : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством». Одеса : Ін-т проблем ринку та екон.-екол. дослідж. НАН України, 2016. 21 с.

48. Baker, D. McA. & Fulford, M. D. (2016). Cruise passengers' perceived value and willingness to recommend. *Tourism & Management Studies*. Vol. 12 (1). Pp. 74–85.
49. Marcussen, C. H. (2016). *Quantitative analyses in cruise tourism studies*. In book : Cruise business development. Verlag : Springer International Publishing. Pp. 251–278. DOI: 10.1007/978-3-319-27353-2_16.

References

1. *Protocol to the Athens Convention on the carriage of passengers and luggage by sea 1974*: Convention, International Document, No. 995_094 [Protokol do Afinskoi konventsii pro perevezennia morem pasazhyriv ta yikh bahazhu 1974 roku: Konventsiiia, Mizhnarodnyi document, No. 995_094]. Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_094#Text [in Ukrainian]
2. Mashkovich, E. A. (2007). Assessment of the concept of «tourist destination» in the context of modern tourism [Otsenka ponyatiya «turistskaya destinatsiya» v kontekste sovremennoy turistik], *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii*, No. 6, s. 89–92 [in Russian]
3. Golubkova, I. A. (2012). Patterns of cruise tourism development [Zakonomernosti razvitiya kruiznogo turizma], *Efektivna ekonomika*, No. 12. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua> [in Russian]
4. Nezdoimov, S. H. (2015). Cruise market of Ukraine in conditions of international integration of regions [Kruiznyi rynek Ukrainy v umovakh mizhnarodnoi intehtratsii rehioniv], *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, No. 6, s. 565–570 [in Ukrainian]
5. Nezdoimov, S. H. (2013). Formation of sea cruise tourism market in the Black Sea regions of Ukraine, *Markets of tourist services: state and tendencies of development*: monograph. Ed. by V. H. Gerasimenko [Formuvannia rynku morskoho kruiznogo turyzmu v Prychornomorskykh rehionakh Ukrainy. Rynky turystychnykh posluh: stan i tendentsii rozvytku: monohrafiia; za red. V. G. Gerasymenko], Astroprint, Odessa, 304 s., s. 298 [in Ukrainian]
6. Sanz-Blas, S., Buzova, D. and Schlesinger, W. (2019). The sustainability of cruise tourism onshore: The impact of crowding on visitors' satisfaction sustainability, *Sustainability*, Vol. 11 (6), 1510. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11061510>.
7. Changchun, L. Q., Tingting, G., Dai, A. (2014). The Market effect and value-added research about cruise tourism industry, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 5, No. 13, pp. 170–176.
8. Oh, H., Fiore, A. M., Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications, *Journal of Travel Research*, Vol. 46, Issue 2, pp. 119–132.
9. Hosany, S. & Witham, M. (2010). Dimension of cruisers' experiences, satisfaction and intention to recommend, *Journal of Travel Research*, Vol. 49 (3), pp. 351–364. DOI: 10.1177/0047287507304039.
10. Nezdoyminov, S. G., Andreeva, N. M. (2014). Sea cruise business as a vector of international integration of the Ukrainian sea economy complex [Morskoy kruiznyy biznes kak vektor mezhdunarodnoy integratsii morekhozyaystvennogo kompleksa Ukrainy], *Ekonomika pryrodokorystuvannia*, No. 7, s. 43–45 [in Russian]
11. *Cruise Travel Trends and State of the Cruise Industry Outlook 2019* / Cruise Lines International Association (CLIA) : website. Retrieved from: <https://cruising.org/en-gb/news-and-research/press-room/2018/december/2019-cruise-travel-trends-and-state-of-the-cruise-industry-outlook>.
12. *Cruise industry overview 2018* / The Florida-Caribbean Cruise Association: website. Retrieved from: <https://www.f-cca.com/downloads/2018-Cruise-Industry-Overview-and-Statistics.pdf>.
13. Fatkhutdinov, R. A. (2002). *Strategic management* [Strategicheskii menedzhment], Delo, Moskva, 448 s. [in Russian]
14. Morozov, M. A., Voyt, M. N. (2011). Questions of assessment of tourist service quality [Voprosy otsenki kachestva turistskogo obsluzhivaniya], *Vestnik Rossiyskogo novogo universiteta: ekonomika*, No. 2, s. 192–194 [in Russian]

15. *The cruise industry: General analysis and overview*. Retrieved from: <http://www.windrosenetwork.com/The-Cruise-Industry-General-Analysis-and-Overview>.
16. Porter, M. (2010). *Competition* [Konkurentsia], ID «Vilyams», Moskva, 592 s. [in Russian]
17. Stojanović, M., Jugović, T., Jugović, A. (2014). Indicators of passenger flows movements on the world and mediterranean cruise market, *Scientific Journal of Maritime Research*, Vol. 28, No. 1, pp. 40–48. Retrieved from: <https://hrcak.srce.hr/123241>.
18. Radic, A., Bjork, P., & Kauppinen-Raisanen, H. (2019). Cruise holidays: How on-board service quality affects passengers' behavior. *Tourism in Marine Environments*, Vol. 14, No. 1–2, pp. 45–59. DOI: <https://doi.org/10.3727/154427319X15471581334642>.
19. Nesterova, K. S. (2016). Estimation of competitive advantages of Ukraine in world maritime tourist business [Otsinka konkurentnykh perevah Ukrainy u svitovomu morskomu turystychnomu biznesi], *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii*, Seria: ekonomichni nauky, No. 4 (19). Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_4_10 [in Ukrainian]
20. MacKay, K. J., and Crompton, J. L. (1990). Measuring the quality of recreation services, *Journal of Park and Recreation Administration*, No. 8 (3), pp. 47–56.
21. Ostrowski, P. L., O'Brien, T. V., Gordon, G. L. (1993). Service quality and customer loyalty in the commercial airline industry, *Journal of Marketing*, No. 22(2), pp. 16–24.
22. Parasuraman, A., Grewal, D., Krishnan, R. (2004). *Marketing research*. Houghton Mifflin, Boston, 256 p.
23. Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (1997). *Consumer behavior*. Prentice Hall, London, 183 p.
24. Petrick, J. F. (2004). The roles of quality, value, and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioral intentions, *Journal of Travel Research*, Vol. 42 (4), pp. 397–407.
25. *Quality in tourism*, The World Tourism Organization (UNWTO): website. Retrieved from: <http://sdt.unwto.org/en/content/quality-tourism>.
26. Kotler, F. (2007). *Marketing. Hospitality. Tourism* [Marketing. Gostepriimstvo. Turizm], UNITI-DANA, Moskva, 107 s. [in Russian]
27. *Assessing customer satisfaction level is not a luxury, but a perceived necessity* [Otsenka urovnya udovletvorennosti potrebiteley – ne roskosh, a osoznannaya neobhodimost]. Retrieved from: http://www.your-people.ru/udovletvorennost_potrebitelei.php [in Russian]
28. Opolchenov, I. I. (2008). *Quality management in the field of services* [Upravlenie kachestvom v sfere uslug], Sovetskiy sport, Moskva, 246 s. [in Russian]
29. Chaynikov, V. N. (2009). *Management of quality and competitiveness of services* [Upravlenie kachestvom i konkurentosposobnostyu uslug], Izdatelstvo Chuvashskogo universiteta, Cheboksary, 160 s. [in Russian]
30. Magomedov, Sh. Sh., Bepalova, G. E. (2013). *Product quality management* [Upravlenie kachestvom produktsii], Dashkov i Ko., Moskva, 336 s. [in Russian]
31. Kulagin, E. P. (2010). *Quality management* [Upravlenie kachestvom], Plamya, N. Novgorod, 150 s. [in Russian]
32. Ogneva, S. V. (2009). *Technical regulation in ensuring the quality of tourist services* [Tehnicheskoe regulirovanie v obespechenii kachestva turistskikh uslug], GOU VPO «RGUT i S», Moskva, 335 s. [in Russian]
33. Teye, V. B., & Leclerc, D. (1998). Product and service delivery satisfaction among North American cruise passengers, *Tourism Management*, Vol. 19 (2), pp. 153–160.
34. Qu, H., & Ping, E. W. Y. (1999). A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction, *Tourism Management*, Vol. 20 (2), pp. 237–244.
35. Swain, R. A., & Barth, J. E. (2002). An analysis of cruise ship rating guides, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, Vol. 3 (4), pp. 43–60.
36. Petrick, J. F., Tonner, C., & Quinn, C. (2006). The utilization of critical incident technique to examine cruise passengers' repurchases intentions, *Journal of Travel Research*, Vol. 44 (3), pp. 273–280.
37. Li, Y., & Kwornik, R. J. (2017). *Categorizing cruise lines by passenger perceived experience*, Cornell University, School of Hotel Administration: website. Retrieved from: <http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/1088>.

38. Zhang, Z., Ye, Q., Song, H., & Liu, T. (2015). The structure of customer satisfaction with cruise-line services: An empirical investigation based on online word of mouth, *Current Issues in Tourism*, Vol. 18 (5), pp. 450–464.
39. Brida, J. G. and Zapata, S. (2010). Cruise tourism: economic socio-cultural and environmental impacts, *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, Vol. 1 (3), pp. 205–226. DOI: 10.1504/IJLTM.2010.029585.
40. Seunghyun “Brian” Park, M. S. (2016). *Tourist experiences and word-of-mouth: The mediating effect of memory*: an abstract of a dissertation. Department of Hospitality Management College of Human Ecology Manhattan. Kansas State University. 192 p. Retrieved from: <https://krex.k-state.edu/dspace/bitstream/handle/2097/32809/SeunghyunPark2016.pdf;jsessionid=618C0B9DA1E5FE0CFAB87C6D429B52E2?sequence=5>.
41. Carifio, J., Perla, R. J. (2007). Ten common misunderstandings, misconceptions, persistent myths and urban legends about likert scales and likert response formats and their antidotes, *Journal of Social Sciences*, Vol. 3 (3), pp. 106–116. DOI: 10.3844/jssp.2007.106.116.
42. Quadri, D. L. (2012). *An experience economy analysis of tourism development along the Chautauqua-Lake Erie Wine Trail*: graduate theses and dissertations. 12443. Retrieved from: <https://lib.dr.iastate.edu/etd/12443>.
43. Kwortnik, R. J. (2008). Shipscape influence on the leisure cruise experience, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 2 (4), pp. 289–311. DOI: <https://doi.org/10.1108/17506180810908961>.
44. *Cruise competitive benchmark report*. Retrieved from: <https://keylimeinteractive.com/reports/cruise-benchmark-report>.
45. Testa, M. and Sullivan, K. (2002). Customer satisfaction, quality in cruise industry, *Hospitality Review*, Vol. 20, Iss. 2, Article 1. Retrieved from: <https://digitalcommons.fiu.edu/hospitalityreview/vol20/iss2/1>.
46. Li, Y., & Kwortnik, R. Categorizing cruise lines by passenger perceived experience. *Journal of Travel Research*. Vol. 56, Issue 7, pp. 941–956. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287516674602>.
47. Nesterova, K. S. (2016). *State regulatory policy to promote maritime tourism in Ukraine*: dissertation abstract [Derzhavna rehuliatorna polityka spriannia rozvytku morskoho turyzmu v Ukraini: avtoref. dys. kand. ekon. nauk], Instytut problem rynku ta ekonomiko-ekolohichnykh doslidzheh NAN Ukrainy, Odessa, 21 s. [in Ukrainian]
48. Baker, D. McA. & Fulford, M. D. (2016). Cruise passengers’ perceived value and willingness to recommend, *Tourism & Management Studies*, Vol. 12 (1), pp. 74–85.
49. Marcussen, C. H. (2016). *Quantitative analyses in cruise tourism studies*. In book: *Cruise business development*, Springer International Publishing, Verlag, pp. 251–278. DOI: 10.1007/978-3-319-27353-2_16.

УДК 338.48 (477)

Ольга Володимирівна ШИКИНА

кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, Одеський національний економічний університет, Україна, e-mail: katzchen.gusyeva@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5294-3367>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КАТЕГОРИЗОВАНИХ ГОТЕЛІВ УКРАЇНИ

Шикіна, О. В. Сучасні тенденції розвитку категоризованих готелів України. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 163–179.

Анотація. У статті проаналізовано сучасний стан категоризованих готелів України, їх динаміку за 2018–2021 рр. та розподіл за областями. Досліджено діяльність Державного агентства розвитку туризму України з встановлення категорій готелям з подальшим виявленням основних тенденцій та частоти отримання заявленої категорії готелем. Узагальнено основні мотиви отримання категорії сучасними готелями. Виявлено наявність взаємозв'язку між обраною цільовою аудиторією та прийняттям рішення про проходження категоризації готелем. Визначено вплив нових вимог до готелів, що отримують дозвіл на організацію та проведення азартних ігор, на стрімке зростання попиту на проходження процедури категоризації готелів. Досліджено реєстр виданих дозволів комісією з регулювання азартних ігор і лотерей та порівняно його з переліком готелів, що нещодавно пройшли категоризацію та повторний розгляд вже існуючої категорії. Прогнозується, що до кінця року буде спостерігатися значний приріст кількості категоризованих готелів в цілому по країні, та конкретно м. Києва. Виявлено місце Одеської області серед інших адміністративно-територіальних одиниць України за кількістю категоризованих готелів за 2018–2021 рр. Надано характеристику основних тенденцій, що відрізняють Одеську область за переліком категоризованих готелів від інших областей України. Виявлено основні зміни, що відбувалися в Одеській області у розрізі різних категорій готелів. Досліджено розподіл категоризованих готелів з номерним фондом більшим за сто номерів. Обґрунтовано залежність місцерозташування готелів та результатів проходження ними категоризації. Визначено наявні тенденції щодо категоризованих готелів України, серед яких нерівномірний розподіл за областями, пожвавлення темпів отримання категорії готелями після вступу в дію законодавства про державне регулювання діяльності щодо організації та проведення азартних ігор, позиціонування Одеської області як регіону з найбільшою кількістю готелів категорії «п'ять зірок». Для подальшого удосконалення процедури категоризації необхідно переглянути відповідні стандарт, наприклад, такі як ДСТУ 4269:2003. Запропоновано створювати й надалі такі тригери як вимоги до готелів, де планують займатися ігорною діяльністю, що будуть спонукати їх пройти процедуру категоризації, отримати зірки та надавати в усіх джерелах офіційну інформацію.

Ключові слова: готелі; процедура категоризації готелів; динаміка розподілу категоризованих готелів за областями; Державне агентство розвитку туризму України; азартні ігри.

Ольга Владимировна ШИКИНА

кандидат экономических наук, доцент кафедры туристического и гостинично-ресторанного бизнеса, Одесский национальный экономический университет, Украина, e-mail: katzchen.gusyeva@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5294-3367>

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КАТЕГОРИЗИРОВАННЫХ ГОСТИНИЦ УКРАИНЫ

Шикина, О. В. Современные тенденции развития категоризированных гостиниц Украины. *Вестник социально-экономических исследований* : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2021. № 2 (77). С. 163–179.

Аннотация. В статье проанализировано современное состояние категоризированных гостиниц Украины, их динамику за 2018–2021 гг. и распределение по областям. Исследована деятельность Государственного агентства развития туризма Украины по установлению категорий гостиницам с последующим выявлением основных тенденций и частоты получения заявленной категории гостиницей. Обобщены основные мотивы получения категории современными гостиницами. Выявлено наличие взаимосвязи между выбранной целевой аудиторией и принятием решения о прохождении категоризации гостиницей. Определено влияние новых требований к гостиницам, получающим разрешение на организацию и проведение азартных игр, на стремительный рост спроса на прохождении процедуры категоризации гостиницами. Исследован реестр выданных разрешений комиссией по регулированию азартных игр и лотерей, проведено его сравнение с перечнем гостиниц недавно прошедших категоризацию и повторное рассмотрение уже существующей категории. Прогнозируется, что к концу года будет наблюдаться значительный прирост количества категоризированных гостиниц в целом по стране, и конкретно, г. Киева. Определено место Одесской области среди других административно-территориальных единиц Украины по количеству категоризированных гостиниц за 2018–2021 гг. Дана характеристика основных тенденций, которые отличают Одесскую область по перечню категоризированных гостиниц от других областей Украины. Выявлены основные изменения, которые происходили в Одесской области в разрезе различных категорий гостиниц. Исследовано распределение категоризированных отелей с номерным фондом больше ста номеров. Обоснована зависимость месторасположения гостиниц и результата прохождения ими категоризации. Определены имеющиеся тенденции относительно категоризированных гостиниц Украины, среди которых неравномерное распределение по областям, оживление темпов получения категории гостиницами после вступления в действие законодательства о государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр, позиционирование Одесской области как региона с наибольшим количеством гостиниц категории «пять звезд». Даны предложения по дальнейшим научным исследованиям по этой проблематике.

Ключевые слова: гостиницы; процедура категоризации гостиниц; динамика распределения категоризированных гостиниц по областям; Государственное агентство по развитию туризма Украины; азартные игры.

Olga SHYKINA

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Business, Odessa National Economics University, Ukraine,
e-mail: katzchen.gusyeva@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5294-3367>

CURRENT TRENDS OF UKRAINE'S CATEGORIZED HOTELS DEVELOPMENT

Shykina, O. (2021). Current trends of Ukraine's categorized hotels development [Suchasni tendentsii rozvytku katehoryzovanykh hoteliv Ukrainy], *Socio-economic research bulletin; Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (77), pp. 163–179.

Abstract. The article analyzes the current state of categorized hotels in Ukraine, their dynamics for 2018–2021 and distribution by regions. The activity of the State Agency for the Tourism Development of Ukraine on the establishment of categories of hotels, with the subsequent identification of the main trends and frequency of obtaining the declared category by the hotel is investigated. The main motives for obtaining a category by modern hotels are summarized. The existence of a relationship between the selected target audience and the decision to undergo categorization by the hotel was identified. The influence of new requirements for hotels receiving permission to organize and conduct gambling on the rapid growth in demand for hotels to undergo the categorization procedure has been determined. The register of permits issued by the Gambling and Lottery Regulatory Commission was investigated and compared with a list of hotels that had recently been categorized and re-examined of an existing category. It is predicted that by the end of the year there will be a significant increase in the number of categorized hotels in the whole country, and specifically in Kyiv. The place of the Odessa region among other administrative-territorial units of Ukraine was determined by the number of categorized hotels for 2018–2021. The characteristic of the main trends that distinguish the Odessa region from the list of categorized hotels from other regions of Ukraine is given. The main changes that took place in the Odessa region in the context of various categories of hotels are revealed. The distribution of categorized hotels with more than one hundred rooms has been investigated. The dependence of the location of hotels and the result of their categorization is substantiated. The existing tendencies regarding categorized hotels in Ukraine are determined, including the uneven distribution by region, the revival of the rate of obtaining the category by hotels after the entry into force of the Law of Ukraine on state regulation of activities for the organization and conduct of gambling, positioning the Odessa region as the region with the largest number of «five stars» hotels. Suggestions for further research on this issue are given.

Keywords: hotels; hotel categorization procedure; dynamics of categorized hotels distribution by regions; State Agency for Tourism Development of Ukraine; gambling.

JEL classification: L830

DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.2\(77\).2021.163-179](https://doi.org/10.33987/vsed.2(77).2021.163-179)

Постановка проблеми у загальному вигляді. Через те, що готельний бізнес відноситься до сфери послуг та має низку особливостей, таких як невідчутність, важливим є створення єдиної уніфікованої «системи координат», за якою споживачі зможуть орієнтуватися та приймати обґрунтоване рішення, щодо вибору готелю. Велика кількість негативних відгуків та проблем, що виникають у процесі споживання готельної послуги, з'являються саме через те, що готель не відповідає запиту туриста. Категоризація готелів покликана допомагати туристам розібратися у якості надання послуг у готелях ще до моменту безпосереднього приїзду на місце. Доки більшість готелів України не мають категорію, цю функцію на себе беруть відгуки та рейтинги на сайтах по типу booking.com, але такі відгуки завжди мають суб'єктивний характер. Тобто питання категоризації готелю – це перш за все, питання просування засобу розміщення, його позиціонування та реклами. Нажаль, до цього часу цієї мотивації було замало для того, щоб принаймні 80% готелів пройшли категоризацію та стали офіційними носіями зірок.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Значення категоризації готелів, проблеми даної процедури, виявлення недосконалості нормативно-правової бази та дослідження готельного бізнесу України знайшли своє відображення у роботах низки науковців: М. В. Грабар [1], І. В. Тімар [2], С. С. Галасюк [3; 4; 5].

Так, М. В. Грабар наголошує на перевагах процедури категоризації готелів, що знайшло своє відображення у можливості проведення сегментації ринку готельних послуг. Категорія готелю надає необхідну інформацію споживачеві, що робить специфіку готельної послуги більш відчутною, а власник готелю, у свою чергу, має всі права на захист від надмірних вимог клієнтів. Але основною перевагою М. В. Грабар вважає виявлення недоліків у наданні готельних послуг при проведенні експертної оцінки під час процедури категоризації.

Дослідник І. В. Тімар наводить досвід різних країн у категоризації готельних послуг та виявляє різні підходи до побудови системи категоризації готельних підприємств. Порівнюючи процедуру категоризації готелів в США, Великій Британії, Італії, Іспанії, Греції та інших країнах, І. В. Тімар робить висновок, що в Україні процедура категоризації не є чітко формалізованою, ґрунтується на застарілих вимогах та складна у виконанні.

Більш детально до проблем категоризації готельних підприємств в Україні підійшла С. С. Галасюк. Автор зазначає, що потрібно удосконалити саме механізм підтвердження відповідності готельного підприємства вимогам до певної категорії на підставі встановлення конкретних оцінок за п'ятибальною системою. Крім цього, було зазначено, що у затвердженому «Порядку встановлення категорій засобам розміщення» порушено вживання певної термінології, що не дає можливості кореспондувати йому з іншими нормативними актами.

Виявлення сучасного стану, основних тенденцій діяльності готельних підприємств у Одеському регіоні були розглянуті у роботах О. В. Рудінської, М. О. Карьєвої [6], С. Г. Ярьоменко, Н. В. Нечевої [7], С. О. Даниліної, Г. М. Коцюрубенко [8].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на наявність публікацій, присвячених розвитку готельного господарства, недостатньо розглянутим можна вважати питання дослідження категоризованих готелів України. Через відсутність офіційного щорічника, який би висвітлював питання динаміки розвитку категоризованих готелів України для проведення такого дослідження, необхідним є самостійне фіксування показників з реєстру свідочств про встановлення категорії готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) за певні періоди.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення сучасного стану динаміки розвитку категоризованих готелів України, визначення процесів, що впливають на бажання проходити процедуру категоризації та визначення місця Одеської області у переліку інших регіонів України. В якості методики дослідження використано групування масиву даних за офіційною інформацією, наданою Державним агентством розвитку туризму України (ДАРТ) та Комісією з регулювання азартних ігор і лотерей (КРАІЛ).

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз динаміки розподілу категоризованих готелів за областями України за період з 2018 р. по 2021 р. виявив загальне зниження кількості готелів, що пройшли категоризацію (табл. 1).

Так, у 2021 році ця кількість складала 232 готелі, що на 4,1% менше ніж у 2018 р. За кількістю категоризованих готелів Одеська область посідає 2 місце після Київської області (включаючи м. Київ). Негативні зрушення були виявлені у Одеській, Львівській, Дніпропетровській, Івано-Франківській, Донецькій, Тернопільській, Херсонській, Житомирській та Миколаївській областях. Перш за все, така тенденція пов'язана з тим, що процедура проходження категоризації була

призупинена більше ніж на рік. Тобто готелі, у яких закінчувалося свідоцтво, не мали змогу пройти підтвердження категорії, як і нові готелі, що мали амбіції для отримання зірок.

Таблиця 1

Динаміка розподілу категоризованих готелів за областями України
за 2018–2021 рр.

№	Область України	Роки				Тпр ₂₀₁₈₋₂₀₂₁ , %
		2018	2019	2020	2021	
1	Київська	57	62	54	59	3,5
2	Одеська	46	44	47	42	-8,7
3	Львівська	31	32	31	23	-25,8
4	Харківська	18	21	23	20	11,1
5	Дніпропетровська	19	19	23	17	-10,5
6	Полтавська	10	13	10	11	10,0
7	Запорізька	7	5	11	9	28,6
8	Івано-Франківська	7	9	11	6	-14,3
9	Закарпатська	4	5	5	6	50,0
10	Хмельницька	5	6	7	5	0,0
11	Сумська	5	3	5	5	0,0
12	Черкаська	3	2	3	5	66,7
13	Рівненська	3	3	3	4	33,3
14	Донецька	5	6	5	3	-40,0
15	Чернігівська	2	2	5	3	50,0
16	Тернопільська	4	5	4	3	-25,0
17	Херсонська	6	4	3	2	-66,7
18	Вінницька	2	3	3	2	0,0
19	Чернівецька	0	2	0	2	–
20	Житомирська	3	3	3	2	-33,3
21	Миколаївська	3	1	1	1	-66,7
22	Кіровоградська	1	1	1	1	0,0
23	Волинська	1	1	1	1	0,0
24	Луганська	0	0	0	0	–
	Усього	242	252	259	232	-4,1

Джерело: [1; 2; 6; 9; 10; 11]

Тільки з 16 березня 2021 року Комісія з категоризації готелів та закладів розміщення відновила свою діяльність. З 16 березня по 26 квітня було проведено 6 засідань на яких було розглянуто 95 пакетів документів, з яких подавалися вперше – 37, поновлювали свідоцтво – 42 готелі, вийшли на повторний розгляд з причини відправлення документів на доопрацювання – 15 готелів, займалися підвищенням категорії – 1 готель (табл. 2).

Таблиця 2

Результати засідань ДАРТ (Державне агентство розвитку туризму України)
з приводу присвоєння категорій готелям 2021 році

Дата	Кількість пакетів документів	Претендували:					Отримали:					Подавалися вперше	Закінчилась дія свідоцтва	Повторний розгляд	Підвищення категорії	Відправлено на доопрацювання	Відмовлено	Запропоновано пониження
		1*	2*	3*	4*	5*	1*	2*	3*	4*	5*							
16.03.21	10	0	0	9	1	0	0	0	0	0	0	3	7	0	0	8	2	0
23.03.21	20	1	0	8	6	5	1	0	4	5	3	4	16	0	0	5	1	1
30.03.21	17	0	0	10	5	2	0	0	6	2	2	4	11	2	0	6	1	0
09.04.21	17	0	0	8	6	3	0	0	1	4	2	9	5	2	1	7	2	1
19.04.21	18	0	0	14	4	0	0	0	4	2	0	11	1	6	0	11	1	0
26.04.21	13	0	0	9	2	2	0	0	6	1	1	6	2	5	0	5	0	0
Загалом:	95	1	0	58	24	12	1	0	21	14	8	37	42	15	1	42	7	2

Джерело: [10; 11]

Найбільша питома вага припадала на заявки щодо отримання категорії «три зірки» – 61,1%, або 58 заяв, на другому місці були заявки щодо отримання категорії «чотири зірки» – 25,3%, або 24 заяви, заяв на категорію «п'ять зірок» було 12,6%, або 12 одиниць. За даний період бажаючих отримати категорію «дві зірки» не було, а «одну зірку» запитали тільки один раз.

Як результат, проходження категоризації частота отримання категорії «п'ять зірок» була 66,7%; частота отримання категорії «чотири зірки» – 58,3%; частота отримання категорії «три зірки» – 36,2%; найбільший відсоток показали заяви по категорії «одна зірка». Із 95 заяв отримали категорію тільки 44 готелі, при цьому відправлених на доопрацювання було 42 заяви, відмов у наданні категорії було 7 та двом готелям понизили існуючу категорію.

Важливим моментом відтворення засідань з приводу надання категорії готелям є те, що Державне агентство розвитку туризму України при Міністерстві культури та інформаційної політики активно працює над модернізацією ДСТУ 4269:2003. Існує низка застарілих та неактуальних положень, що готелі повинні виконувати. Ще одним нововведенням став ухвалений парламентом 29.04.2021 р. законопроект № 2673 щодо розширення кола суб'єктів надання готельних послуг. Законом передбачено, що відтепер не лише власники, але і користувачі об'єктів туристичної інфраструктури зможуть звертатися за встановленням цим об'єктам відповідної категорії. Це дозволить збільшити кількість об'єктів готельної інфраструктури, що призведе до збільшення зайнятості населення, його доходів та економічного зростання регіонів, на території яких функціонуватимуть об'єкти туристичної інфраструктури [12].

Станом на 11 травня 2021 року в Україні налічувалося 232 готелі, що мають підтверджену категорію: «п'ять зірок» – 42; «чотири зірки» – 82; «три зірки» – 77; «дві зірки» – 14; «одна зірка» – 17. Як бачимо, загальносвітова тенденція домінування готелів категорії «чотири та три зірки» присутня і в Україні. Наявне різке відставання готелів категорії «дві та одна зірка», що свідчить про відсутність бажання проходити категоризацію у готелів, що мають не всі виконані вимоги. Тобто низька категорія готелю сприймається серед готел'єрів не як відзнака, що готель є безпечним для проживання та виконує низку вимог щодо надання послуг, але як недостатня конкурентна перевага.

Цікавим є факт, що 70% всіх категоризованих готелів України приходяться на Київську, Одеську, Львівську, Харківську, Дніпропетровську області, що свідчить про відсутність рівномірного розподілу бажання готельєрів проходити процедуру категоризації (рис. 1). Можливо це пов'язане з тим, що наявність зірок є важливим елементом просування готелю на ринок іноземних туристів, а перелічені області мають безпосереднє відношення до в'їзного туризму України. Зрозумілим є факт відсутності інформації чи зниження кількості категоризованих готелів на територіях, що знаходяться у зоні АТО.



Рис. 1. Розподіл категоризованих готелів України за регіонами у 2021 р.

Джерело: [11]

Найбільша питома вага категоризованих готелів України приходить на категорію «чотири зірки» і складає 35,34%, що обумовлено розповсюдженням готелів високого класу як для проживання з ціллю дозвілля, так і для ділової мети (табл. 3). На другому місці знаходиться категорія «три зірки» – її питома вага у загальній кількості складає 33,19%. Загальноєвропейським є досвід широкого розповсюдження готелів саме категорії «три зірки», що вже надають достатній сервіс для комфортного перебування в готелі, але ціни ще знаходяться на оптимальному рівні для більшості подорожуючих.

Таблиця 3

Розподіл готелів за категоріями станом на 11.05.2021 р.

Категорія	Категоризовані готелі України		Категоризовані готелі Одеської області	
	Кількість, од.	Питома вага, %	Кількість, од.	Питома вага, %
1*	17	7,33	5	11,90
2*	14	6,03	1	2,38
3*	77	33,19	9	21,43
4*	82	35,34	12	28,57
5*	42	18,10	15	35,71
Усього	232	100,00	42	100,00

Джерело: [5]

Для Одеської області характерним є домінування п'ятизіркових готелів (35,71%), що може бути обґрунтовано більшою активністю висококатегоризованих готелів у процесі отримання та підтвердження категорії. Деякі готелі отримали додаткову мотивацію для проходження процедури категоризації через вимоги для отримання ліцензії на здійснення ігрової діяльності.

Перший п'ятизірковий готель м. Одеси таку ліцензію вже отримав готель «Гагарін». У табл. 4 наведено вказані у Законі України «Про державне регулювання діяльності щодо організації та проведення азартних ігор» вимоги до готелів для заняття такою діяльністю.

Таблиця 4

Перелік дозволених видів ігрової діяльності та готелі, що виконують перелічені вимоги

Вид азартної діяльності	Місце-розташування	Категорія	Кількість номерів (чи інші умови)	Можуть претендувати на отримання дозволу
Казино	м. Київ	5	більше 150	«Хрещатик», «Хаятт Рідженсі Київ»
	інші населені пункти	4-5	більше 100	«Романтик», «Брістоль», «Буковина», «Maristella Marine Residence», «Гранд Готель», «Atlantic Garden Resort», «Таурис», «Hotel Intourist», «Khortitsa Palace», «Чорне море – Маразліївська», «Premier Hotel Дністер», «Харків Палац», «Mirotel Resort&Spa», «Чорне море – Рішельєвська», «Карпати», «Radisson Blu Resort Bukovel», «Піксос-Прикарпаття»

Продовження табл. 4

	заміські комплекси відпочинку	5	≥ 2 споруди, площею $\geq$ 10 000 м ²	немає даних
Інвестиційна ліцензія на азартні ігри казино	м. Київ	5	більше 200	«Хаятт Рідженсі Київ», «Fairmont Grand Hotel Kyiv», «ІнтерКонтиненталь», «Прем'єр Палац»
	інші населені пункти	5	більше 150	«Харків Палац», «Mirotel Resort&Spa», «Radisson Blu Resort Bukovel», «Ріксос-Прикарпаття»
Букмекерські пункти	м. Київ	3-5	більше 50	25 готелів
	інші	3-5	більше 25	128 готелів
Гральні автомати	м. Київ	3-5	більше 50	25 готелів
	інші	3-5	більше 25	128 готелів

Джерело: [5; 11; 12; 14]

Нами було досліджено перелік готелів, що можуть претендувати на отримання дозволу займатися різними видами ігрової діяльності, виходячи з наявності певної категорії, місцезнаходження та номерного фонду. Як бачимо, наразі на території України серед готелів, які ще не отримували такий дозвіл є два готелі у м. Київ, де можна відкрити повноцінне казино, приблизно 17 готелів у інших регіонах (є питання щодо готелю «Чорне море – Маразлівська» через арешт майна стадіону «Чорноморець»). Якщо говорити про розміщення гральних автоматів та проведення букмекерської діяльності, то у м. Київ є ще принаймні 25 готелів, де гіпотетично можна проводити таку діяльність після отримання дозволу. В інших регіонах можна рекомендувати 128 готелям розглянути таку можливість.

Станом на 28.04.2021 р. в Україні було видано 28 дозволів на провадження діяльності щодо азартних ігор, їх отримало 26 готелів (два готелі отримали по два дозволи) (табл. 5). Із даного переліку 6 готелів отримали категорії після відновлення діяльності ДАРТ. Передбаченим буде стрімкий ріст кількості категоризованих готелів України.

Виходячи з того, що останній із 26 готелів отримав № 186 рішення про видачу дозволу, можна зробити висновок, що є низка готелів, які подали документи та поки що отримали відмову. З існуючої у мережі Internet [13] інформації принаймні 6 готелів зі списку табл. 5 отримали дозвіл не з першого разу.

Так, готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» мав неправильно оформлені документи, «Прем'єр Палац» був змушений поновити свідоцтво про категорію готелю через закінчення терміну дії, у готелі «ІнтерКонтиненталь» комісія не змогла встановити розміри приміщень за поданим технічним паспортом, готель «Братислава» не подав правовстановлюючий документ на приміщення, готель

«Верховина» мав проблему з технічним паспортом приміщення, а готель «Hotel Intourist» не подав на розгляд завірений техпаспорт і отримав відмову. Львівський готель «Premier Hotel Дністер» дотепер не отримав дозвіл через неправильно заповнений технічний паспорт.

Таблиця 5

Реєстр готелів, що отримали дозвіл на впровадження діяльності
щодо організації та проведення азартних ігор

№	Готель	Дата видачі дозволу	Вид дозволу	Зірки	Номерів	Дата видачі свідоцтва
1	Харків (м. Харків)	29.01.2021	ГА, БП	4	205	21.05.2019
2	Гагарін (м. Одеса)	02.02.2021	К, ГА, БП	5	156	09.04.2021
3	Гранд Готель (м. Львів)	02.02.2021	ГА, БП	5	121	09.08.2018
4	Сіті Парк Готель (м. Біла Церква)	02.02.2021	ГА, БП	3	31	17.10.2017
5	Франція (м. Вінниця)	02.02.2021	ГА, БП	4	50	25.03.2019
6	Львів (м. Львів)	02.02.2021	ГА, БП	3	255	12.07.2019
7	Україна (м. Київ)	05.02.2021	ГА, БП	4	364	26.11.2019
8	Либідь (м. Київ)	05.02.2021	ГА, БП	3	256	21.05.2019
9	Русь (м. Київ)	09.02.2021	ГА, БП	3	451	20.12.2018
10	Турист (м. Київ)	10.02.2021	ГА, БП	3	332	25.03.2019
11	Опера (м. Київ)	15.02.2021	ГА, БП	5	140	19.08.2019
12	Fairmont Grand Hotel Kyiv (м. Київ)	19.02.2021	К, ГА, БП	5	258	12.06.2019
13	ІнтерКонтиненталь (м. Київ)	19.02.2021	К, ГА, БП	5	272	31.08.2018
14	Верховина (Київська обл.)	19.02.2021	ГА, БП	3	188	26.11.2019
15	Hotel Intourist (м. Запоріжжя)	26.02.2021	ГА, БП	4	141	19.04.2019
16	Харків Палац (м. Харків)	11.03.2021	ГА, БП	5	180	10.10.2019
17	Ibis Київ Залізничний Вокзал (м. Київ)	26.03.2021	ГА, БП	3	281	20.12.2018
18	Воскресенський (м. Суми)	26.03.2021	ГА, БП	3	28	19.08.2019
19	Кірофф (м. Харків)	26.03.2021	ГА, БП	4	30	19.12.2019
20	Premier Hotel Palazzo (м. Полтава)	26.03.2021	ГА, БП	4	51	26.04.2021
21	Прем'єр готель АРБІ (м. Дніпро)	04.04.2021	ГА, БП	4	72	19.04.2019
22	Рейкарц Рівер Миколаїв (м. Миколаїв)	05.04.2021	ГА, БП	3	98	26.11.2019
23	Прем'єр Палац (м. Київ)	05.04.2021	ГА, БП	5	287	26.03.2021
24	Братислава (м. Київ)	19.04.2021	ГА, БП	4	335	26.11.2019
25	Харків (м. Харків)	19.04.2021	К, ГА, БП	4	205	21.05.2019
26	Прем'єр Палац (м. Київ)	19.04.2021	К, ГА, БП	5	287	23.03.2021
27	Mercure Kyiv Congress (м. Київ)	27.04.2021	К, ГА, БП	5	160	09.04.2021
28	Морський (м. Одеса)	28.04.2021	ГА, БП	4	54	30.03.2021

*(казино – К; гральні автомати – ГА; букмекерські пункти – БП)

Джерело: [11; 15]

В Одеській області було 42 категоризованих готелі, станом на травень 2021 р. їх розподіл мав такий вигляд: «п'ять зірок» – 15; «чотири зірки» – 12; «три зірки» – 9; «дві зірки» – 1; «одна зірка» – 5. Для порівняння у 2018 році ця пропорція складала «п'ять зірок» – 12; «чотири зірки» – 15; «три зірки» – 9; «дві зірки» – 5; «одна зірка» – 5. Тобто стався перерозподіл готелів категорії «дві зірки» (готель «Вікторія» припинив своє існування і наразі знаходиться на аукціоні за борги Місто-банку; готель «Пасаж» наразі використовується як гуртожиток; готель «Центральний» ще не встиг пройти повторну категоризацію, а готель «Аркадія» мав «дві зірки», а потім змінив категорію на «три зірки», але зараз ще не пройшов повторну категоризацію).

Напевно, категорія готелів, у якій стався найбільший перерозподіл у переліку засобів розміщення по відношенню до їх загальної кількості – це готелі категорії «одна зірка». Готель «Лондон» мав «одну зірку» – зараз «чотири зірки»; готель «Олександрівський» мав «одну зірку» – зараз «три зірки»; готелі «Айвазовський», «Авангард», «Фіеста» мали «одну зірку» – зараз ще не отримали категорію, але відомо, що готель «Айвазовський» має намір подаватися на категорію «чотири зірки», для цього було організовано ресторан на території самого готелю.

Дещо знижена питома вага чотиризіркових готелів в Одеській області порівняно із загальним показником України може бути пов'язана з тим, що не всі готелі, що раніше мали категорію «чотири зірки», встигли пройти процедуру підтвердження. До таких готелів можемо віднести готель «Моцарт», «Чорне море – Пантелеймонівська», «Чорне море – Віце-Адмірала Азарова (Отрада)», «Hotel Wall Street». Деякі готелі змінили свою зірковість, так готель «Гагарін» отримав «п'ять зірок» (але з 9 квітня готель «Гагарін» знов отримує «чотири зірки» і цікавим є факт, що той «Гагарін», який мав «п'ять зірок», вказаний як готель з 156 номерами, а готель «Гагарін» «чотири зірки» має 92 номери. Якщо підсумувати кількість номерів, то виходить 248 номерів, що заявлені у готелі), готель «Фраполлі» наразі має категорію «одна зірка».

Готелі категорії «три зірки» «Жовтнева» та «ОК Одеса» наразі ще не проходили підтвердження раніше отриманої категорії. Цікавим є факт, що обидві вони мали відношення до мереж. Так, «Жовтнева» раніше входила до мережі готелів «Чорне море», а готель «ОК Одеса» і досі є частиною мережі готелів «Mozart Hotel Group», із чого робимо висновок, що готель «ОК Одеса» буде повторно проходити категоризацію на рівень «три зірки».

Серед готелів категорії «п'ять зірок», що втратили чи змінили категорію, можемо відмітити готелі «Отрада», що наразі ще не проходили повторну категоризацію та «Вілла Ле прем'єр», який після отримання категорії «п'ять зірок» (строк дії свідоцтва до 25.01.2020 р.) отримав категорію «одна зірка» номер свідоцтва ОД № 407 з 19.12.2019 р. по 19.12.2022 р.

Проаналізуємо розподіл номерного фонду категоризованих готелів Одеської області (табл. 6). Так, майже половина (42,34%) всього номерного фонду категоризованих готелів Одеської області приходяться на категорії «п'ять зірок». Сюди відносять готелі «Гагарін» (156), «Чорне море – Маразліївська» (146), «Чорне море – Золотий Бугаз» (144), «Atlantic Garden Resort» (121), «Maristella Marine Residence» (120), «Брістоль» (113), «Немо» (96), «М1» (68), «Il Decameron» (62), «Hotel de Paris Odessa MGallery by Sofitel» (51), «Каліфорнія» (44), «Дюк отель» (41), «Panorama De Luxe» (30), «Palace Del Mar» (29), «Kadott Hotel Resort & Spa» (25). Як бачимо більшість з них припадає на великі готелі.

Таблиця 6

Перелік категоризованих готелів Одеської області станом на 11.05.2021 р.

Категорія	Кількість готелів		Кількість номерів		Назва
	од.	%	од.	%	
1*	5	11,90	150	5,10	«Uno дизайн готель», «Фраполлі», «Marlin», «Фредерік Коклен», «Вілла Ле прем'єр»
2*	1	2,38	142	4,83	«Моряк»
3*	9	21,43	656	22,29	«Ruta Family Club Hotel», «Елада», «Олександрівський», «Лермонтовський», «Palladium», «Зеніт», «Мирний-курорт», «Уліс», «Раціотель Маренеро Одеса»
4*	12	28,57	749	25,45	«Континенталь», «СПА-готель Grand Marine», «Лондон», «Гранд Петтіне», «Чорне море – Рішельєвська», «Аркадія Плаза», «Лондонська», «Промінада», «Морський», «Alice Place», «Ark Palace», «Гагарін (92)»
5*	15	35,71	1246	42,34	«Hotel de Paris Odessa MGallery by Sofitel», «Дюк отель», «Panorama De Luxe», «Немо», «Kadorr Hotel Resort & Spa», «Palace Del Mar», «M1», «Atlantic Garden Resort», «Чорне море – Золотий Бугаз», «Каліфорнія», «Чорне море – Маразлівська», «Maristella Marine Residence», «Il Decameron», «Гагарін (156)», «Брістоль»
Усього	42	100,0	2943	100,0	–

Джерело: [3; 4; 7]

Друга за кількістю номерів категорія – «чотири зірки», на неї приходить 25,45% номерного фонду, що вдвічі менше ніж готелів «п'ять зірок». Сюди відносимо «Чорне море – Рішельєвська» (216), «Гагарін» (92), «Лондонська» (70), «СПА-готель Grand Marine» (57), «Континенталь» (55), «Морський» (54), «Гранд Петтіне» (52), «Лондон» (37), «Ark Palace» (34), «Промінада» (30), «Alice Place» (28), «Аркадія Плаза» (24). Отже, більшість готелів можна віднести до середніх. Крім того, виділяються готелі, що відносяться до готельних мереж, так, готелі мережі «Чорне море» мають номерний фонд вище середнього.

На третьому місці категорія готелів «три зірки» – 22,29% номерного фонду. До цієї категорії належать: «Ruta Family Club Hotel» (233), «Мирний-курорт» (185), «Раціотель Маренеро Одеса» (63), «Елада» (43), «Олександрівський» (34), «Лермонтовський» (33), «Уліс» (26), «Palladium» (24), «Зеніт» (15). У більшості своїй це малі готелі.

Категорія готелів «одна зірка» займає 5,10% номерного фонду з готелями «Uno дизайн готель» (49), «Marlin» (40), «Фраполлі» (27), «Фредерік Коклен» (17), «Вілла Ле прем'єр» (17). Як бачимо, всі готелі малі.

На вісім номерів менший номерний фонд у останньої категорії готелів «дві зірки». Ця категорія складається з одного готелю «Моряк» (142), що знаходиться у м. Чорноморськ.

Розглянемо частку готелів, що мають номерний фонд більший ніж 100 номерів (табл. 7). Так, в цілому по країні таких готелів 64, причому найбільша їх концентрація у категорії «п'ять зірок» – 48,72% (по відношенню до загальної кількості готелів категорії «п'ять зірок»). По спаданню далі йде категорія «три

зірки» з 36,51%, але саме ця категорія представлена найбільшою їх кількістю – 23 готелі. Трохи менша присутність готелів з номерним фондом більше 100 у категорії «чотири зірки» – 25,00%. Незначна кількість таких готелів у категоріях «дві зірки» та «одна зірка».

Таблиця 7

Місце готелів з номерним фондом більше 100 у розподілі категоризованих готелів

Категорія	Категоризовані готелі України			Категоризовані готелі Одеської області		
	Кількість, од.	З них, номерів більше ніж 100	Питома вага, %	Кількість, од.	З них, номерів більше ніж 100	Питома вага, %
1*	17	1	5,88	5	0	0,00
2*	14	2	14,29	1	1	100,00
3*	77	23	36,51	9	2	40,00
4*	82	19	25,00	12	1	11,11
5*	42	19	48,72	15	6	40,00
Усього	232	64	–	42	10	–

Джерело: [3; 4; 11]

Якщо розглянути аналогічний розподіл в Одеській області, то отримуємо всього 10 готелів, де найбільша концентрація приходить на категорію «дві зірки» – 100,00% даної категорії представлені одним готелем з номерним фондом 142 номери. Категорія готелів «п'ять зірок» – 40,00%, в цій же категорії знаходиться найбільша кількість таких готелів по відношенню до загальної кількості готелів по всіх категоріях Одеської області. Останні 3 готелі розподілилися між категоріями «три зірки» (40,00% від загальної кількості тризіркових готелів) та «чотири зірки» – 11,11%.

Дислокація по районах концентрації готелів на території Одеської області залежно від категорії представлена в табл. 8.

Таблиця 8

Дислокація категоризованих готелів Одеської області за місцем їх розташування

Категорії готелів	од. вим.	Центр міста	Аркадія	Парк Шевченка	Великий Фонтан	Спальний район	За межами міста Одеса	Σ
1*	од.	4	0	0	1	0	0	5
	%	25,00%	0,00%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	11,90%
2*	од.	0	0	0	0	0	1	1
	%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	2,38%
3*	од.	3	0	1	1	2	2	9
	%	18,75%	0,00%	20,00%	20,00%	66,67%	40,00%	21,43%
4*	од.	4	4	0	2	1	1	12
	%	25,00%	50,00%	0,00%	40,00%	33,33%	20,00%	28,57%

Продовження табл. 8

5*	од.	5	4	4	1	0	1	15
	%	31,25%	50,00%	80,00%	20,00%	0,00%	20,00%	35,71%
Усього	од.	16	8	5	5	3	5	42

Джерело: [5; 8]

На основі даних табл. 8 можна зробити наступні висновки:

– найбільш привабливим районом для функціонування готелів є центр міста Одеси, на який припадає 38,10% всіх готелів. Тут представлені майже всі категорії готелів, причому третина готелів категорії «п'ять зірок» розташовані саме тут. Також 80,00% всіх готелів категорії «одна зірка» розташувалися у центрі міста. Це пов'язано з тим, що перелік цих готелів є дуже специфічним. До появи інформації, що «Упо дизайн готель» офіційно отримав категорію, розповсюджувалася ідея, що готель «відповідає» рівню «чотири зірки». Навіть зараз на сайті booking.com можна знайти, що це готель «чотири зірки». Всі готелі з цього переліку («Marlin», «Фраполлі», «Фредерік Коклен») не відображають на booking.com дійсну інформацію. Хоча готель «Фраполлі» колись і отримував категорію «чотири зірки», як вказано зараз на порталі, але останнє свідоцтво від 19.04.2019 р. отримано вже на категорію «одна зірка». Усе це свідчить про те, що при проектуванні перелічених готелів цільовою аудиторією було обрано клієнтів з платоспроможністю вище за середню. Але не були враховані всі нюанси виконання необхідних вимог для отримання категорії «чотири зірки». Мабуть для готелів було важливо пройти процедуру категоризації і було прийнято рішення не доопрацьовувати параметри, що не відповідають вимогам, а прийняти найнижчу категорію, якій готель звісно відповідав. Не всі готелі пішли таким шляхом. Готель «Palace Del Mar» був зачинений на реконструкцію у 2008–2009 рр. задля того, щоб змінити категорію з «чотири зірки» на «п'ять зірок», що їм вдалося зробити;

– другим за кількістю готелів є район «Аркадія», де готелі позиціонують себе як курортні. Як бачимо, у даний час тут не представлено жодного категоризованого готелю нижче за «чотири зірки». Причин декілька, по-перше, район дуже дорогий для відкриття готелю низького рівня. Ми навіть спостерігаємо, що готель «Вікторія», що раніше мав категорію «дві зірки», великий номерний фонд, але застарілу інфраструктуру та оформлення з 2018 року не надає послуги. Деякі готелі (готель «Курортний», колишня «Валентина») зовсім зникли – наразі це жилий комплекс «Атмосфера», що будується. По-друге, ще існуючі готелі, такі як «Аркадія», що раніше мали зірки, наразі ще не пройшли процедуру підтвердження;

– район парку Шевченка, незважаючи на невелику територію, яку він займає, є дуже перспективним місцем для розташування не тільки курортних, але й елітних готелів. По аналогії з районом «Аркадія» тут майже відсутні готелі з рівнем «одна зірка» – «три зірки». Виключенням є готель «Лермонтовський», що знаходиться біля однойменного санаторію;

– район «Великого Фонтану» це місцезосташування готелів високого рівня курортного характеру. Виключенням є готель «Вілла Ле Прем'єр» з категорією «одна зірка», але готель позиціонує себе на сайті booking.com у розділі «п'ять зірок»;

– район «Спальні райони», в якому представлені два готелі категорії «три зірки»: «Уліс», «Раціотель Маренеро Одеса», та готель категорії «чотири зірки» – «Alice Place», є не популярним для розташування готелів, які пройшли категоризацію.

– сегмент «за межами міста Одеси» включає м. Чорноморськ (готель «Моряк»), м. Южне (готель «Елада»), пгт Затока (готель «Ruta Family Club Hotel»), Совіньон (готель «СПА-готель Grand Marine») та курорт Грибівка (готель «Чорне море – «Золотий Бугаз»). Тобто сюди потрапили готелі майже всіх категорій.

Висновки і перспективи подальших розробок. Розглянувши сучасний стан категоризованих готелів України можна констатувати наявність таких тенденцій:

– за останній рік спостерігалось падіння кількості категоризованих готелів України, що було пов'язано з тимчасовим припиненням проведення процедури категоризації;

– з 16 березня 2021 року розпочалися засідання комісії з категоризації при Державному агентстві розвитку туризму України, за 6 засідань було розглянуто 95 пакетів документів, видано 44 свідоцтва, із них «одна зірка» – 1 готель, «дві зірки» – жодного, «три зірки» – 21 готель, «чотири зірки» – 14 готелів, «п'ять зірок» – 8 готелів;

– виявлено, що 70% всіх категоризованих готелів України приходяться на Київську, Одеську, Львівську, Харківську, Дніпропетровську області, що свідчить про відсутність рівномірного розподілу бажання готельєрів проходити процедуру категоризації;

– до основних мотивів проходити категоризацію можна віднести: цільова аудиторія готелю – іноземці, що приділяють велику увагу безпеці та офіційним сертифікатам, свідоцтвам та ліцензіям; бажання займатися ігорною діяльністю; орієнтація на діловий сегмент ринку та інше;

– найбільша питома вага по Україні приходить на готелі категорії «чотири зірки», у той час як в Одеській області більшість категоризованих готелів приходить на готелі «п'ять зірок»;

– майже всі готелі м. Києва, що відповідали вимогам для отримання дозволу на відкриття казино вже отримали таке право. Винятком поки є готелі «Хрещатик» та «Хаятт Рідженсі Київ»;

– станом на 28 квітня 2021 р. в Україні було видано 28 дозволів на зайняття ігорною діяльністю, 6 із яких стосуються саме казино;

– принаймні ще 12 готелів Одеської області можуть проявити активність у процедурі отримання категоризації, через те, що колись мали таке свідоцтво: «Айвазовський», «Авангард», «Фієста», «Центральний», «Аркадія», «Жовтневий», «ОК Одеса», «Моцарт», «Чорне море – Пантелеймонівська», «Чорне море – Віце-Адмірала Азарова», «Hotel Wall Street», «Отрада»;

– в Україні є 64 категоризованих готелі з номерним фондом більше 100 номерів, 10 із яких знаходяться в Одеській області;

– саме популярне місцезнаходження категоризованих готелів Одеської області – це центр міста Одеси, тут присутні готелі майже всіх категорій (крім готелів «дві зірки»).

Для подальшого удосконалення процедури категоризації необхідним є перегляд стандартів, що відповідають за цю процедуру, такі як ДСТУ 4269:2003. Крім того можна запропонувати створювати й надалі такі тригери як вимоги до готелів, де планують займатися ігорною діяльністю, що будуть спонукати бажання пройти процедуру категоризації, отримати зірки та надавати в усіх джерелах офіційну інформацію.

Література

1. Грабар М. В. Категоризація готелів в Україні : регіональний аспект. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 4. С. 40–44.
2. Тімар І. В. Категоризація підприємств готельного бізнесу : вітчизняний та світовий досвід. *Управління розвитком*. 2016. № 3. С. 71–77.
3. Галасюк С. С., Демянчук К. Ф. Категоризація готелий України в контексте європейського опыта. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Економічні науки». 2018. № 32. С. 64–68.
4. Галасюк С. С. Проблеми категоризації готельних підприємств в Україні. *Вісник ДІТБ* : зб. наук. праць. Донецьк : Донецький інститут туристичного бізнесу. 2010. № 14. С. 262–267.
5. Галасюк С. С., Гусева О. В. Структура ринку засобів розміщення Одеського регіону. *Науковий вісник Одеського державного економічного університету* : зб. наук. праць. 2008. № 20 (76). С. 3–13.
6. Рудінська О. В., Карьєва М. О. Стратегії розвитку готельно-рекреаційної діяльності в Одеському регіоні. *Ринкова економіка* : зб. наук. праць ОНУ ім. І. І. Мечникова. 2018. Т. 17 (3). Вип. 40. С. 67–79.
7. Ярмоменко С. Г., Шикіна О. В., Нечева Н. В. Позиціонування Одеської області на ринку готельних послуг України. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 48. С. 213–221.
8. Даниліна С. О., Коцюрубенко Г. М., Шикіна О. В. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2020. № 52. Ч. 1. С. 29–34.
9. *Реєстр свідоцтв про встановлення категорії готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), виданих Мінекономрозвитку від 09.12.2019 р.* / Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України : сайт. URL: <https://www.me.gov.ua> (дата звернення: 04.05.2021).
10. *Реєстр свідоцтв про встановлення категорії готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) від 02.04.2021 р.* URL: <https://cutt.ly/Kc9xJxS> (дата звернення: 04.05.2021).
11. *Реєстр свідоцтв про встановлення категорії готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) від 20.04.2021 р.* URL: <https://bitly.su/j7Xe> (дата звернення: 05.05.2021).
12. *МКІП : Парламент прийняв важливі законопроекти щодо розвитку туризму* / Міністерство культури та інформаційної політики України : сайт. URL: <https://mkip.gov.ua/news/5375.html> (дата звернення: 05.05.2021).
13. *Уже 11 готелів в Україні отримали дозвіл на відкриття гральних залів* / Інформаційний портал : Mind.ua. URL: <https://bitly.su/0XYVn8h> (дата звернення: 05.05.2021).
14. *Про державне регулювання діяльності щодо організації та проведення азартних ігор* : Закон України № 768-IX від 14.07.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/768-20#Text> (дата звернення: 03.05.2021).
15. *Реєстр дозволів, що було видано комісією з регулювання азартних ігор і лотерей*. URL: <https://gc.gov.ua/ua/Dozvoli.html> (дата звернення: 05.05.2021).

References

1. Grabar, M. V. (2018). Categorization of hotels in Ukraine: regional aspect [Kategorizatsiia hoteliv v Ukraini: rehionalnyi aspekt], *Ekonomika. Finansy. Pravo*, No. 4, s. 40–44 [in Ukrainian]
2. Timar, I. V. (2016). Categorization of hotel business enterprises: domestic and world experience [Kategorizatsiia pidpriemstv hotelnoho biznesu: vitchyzniani ta svitovi dosvid], *Upravlinnia rozvytkom*, No. 3, s. 71–77 [in Ukrainian]
3. Galasyuk, S. S. & Demyanchuk, K. F. (2018). Categorization of hotels in Ukraine in the context of the European experience [Kategorizatsiya gostynits Ukrainy v kontekste evropeyskogo opyta], *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, Seriia Ekonomichni nauky, No. 32, s. 64–68 [in Ukrainian]

4. Galasyuk, S. S. (2010). Problems of categorization of hotel enterprises in Ukraine [Problemy katehoryzatsii hotelnykh pidpriemstv v Ukraini], *Visnyk DITB*, Donetsk, No. 14, s. 262–267 [in Ukrainian]
5. Galasyuk, S. S. & Guseva, O. V. (2008). The structure of the market for the placement of the Odessa region [Struktura rynku zasobiv rozmishchennia Odeskoho rehionu], *Naukovyi visnyk Odeskoho derzhavnoho ekonomichnoho universytetu*, No. 20 (76), s. 3–13 [in Ukrainian]
6. Rudinska, O. V. & Carieva, M. O. (2018). Strategies for the development of hotel and recreational activities in the Odessa region [Strategii rozvytku hotelno-rekreatsiinoi diialnosti v Odeskomu rehioni], *Rynkova ekonomika: zbirnyk naukovykh prats ONU im. I. I. Mechnykova*, T. 17 (3), Vyp. 40, s. 67–79 [in Ukrainian]
7. Yaremenko, S. G., Shykina, O. V. & Necheva, N. V. (2020). Positioning of Odessa region on the market of hotel services of Ukraine [Pozytsionuvannia Odeskoï oblasti na rynku hotelnykh posluh Ukrainy], *Infrastruktura runku*, No. 48, s. 213–221 [in Ukrainian]
8. Danilina, S. O., Kotsyurubenko, G. M. & Shykina, O. V. (2020). Financial and economic consequences of the pandemic for the world tourism industry [Finansovo-ekonomichni naslidky pandemii dlia svitovoi turystychnoi haluzi], *Prychornomorski ekonomichni studii*, No. 52, Ch. 1, s. 29–34 [in Ukrainian]
9. *Register of certificates on establishing the category of hotels and other facilities intended for the provision of temporary accommodation (accommodation) services, issued by the Ministry of Economic Development on 09.12.2019* [Reiestr svidotstv pro vstanovlennia katehorii hoteliam ta inshym ob'ektam, shcho pryznachaiutsia dlia nadannia posluh z tymchasovoho rozmishchennia (prozhyvannia) vydanykh Minekonomrozytku vid 09.12.2019], Ministerstvo rozvytku ekonomiky, torhivli ta silskoho hospodarstva Ukrainy: sait. Retrieved from: <https://www.me.gov.ua> [in Ukrainian]
10. *Register of certificates on the establishment of the category of hotels and other facilities intended for the provision of temporary accommodation (accommodation) services (dated April 02, 2021)* [Reiestr svidotstv pro vstanovlennia katehorii hoteliam ta inshym ob'ektam, shcho pryznachaiutsia dlia nadannia posluh z tymchasovoho rozmishchennia (prozhyvannia) (vid 02.04.2021)]. Retrieved from: <https://cutt.ly/KcgxJxS> [in Ukrainian]
11. *Register of certificates on the establishment of the category of hotels and other facilities intended for the provision of temporary accommodation (accommodation) services (dated April 20, 2021)* [Reiestr svidotstv pro vstanovlennia katehorii hoteliam ta inshym ob'ektam, shcho pryznachaiutsia dlia nadannia posluh z tymchasovoho rozmishchennia (prozhyvannia) (vid 20.04.2021)]. Retrieved from: <https://bitly.su/j7Xe> [in Ukrainian]
12. *ICIP: Parliament has passed important bills on tourism development* [MKIP: Parlament pryiniav vazhlyvi zakonoproekty shchodo rozvytku turyzmu], Ministerstvo kultury ta informatsiinoi polityky Ukrainy: sait. Retrieved from: <https://mkip.gov.ua/news/5375.html> [in Ukrainian]
13. *Already 11 hotels in Ukraine have received permission to open gambling halls* [Uzhe 11 hoteliv v Ukraini otrymaly dozvil na vidkryttia hralnykh zaliv], Informatsiinyi portal: Mind.ua. Retrieved from: <https://bitly.su/0XYVn8h> [in Ukrainian]
14. *On state regulation of activities related to the organization and conduct of gambling: Law of Ukraine, No. 768-IX, 14.07.2020* [Pro derzhavne rehuliuвання diialnosti shchodo orhanizatsii ta provedennia azartnykh ihor: Zakon Ukrainy, No. 768-IX, 14.07.2020]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/768-20#Text> [in Ukrainian]
15. *Register of permits issued by the Commission for the regulation of gambling and lotteries* [Reiestr dozvoliv, shcho bulo vydano komisiieiu z rehuliuвання azartnykh ihor i loterei]. Retrieved from: <https://gc.gov.ua/ua/Dozvoliv.html> [in Ukrainian]

***МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ
ВІДНОСИНИ***

УДК 339.9:330.354

Марина Олексіївна ШМАГЕЛЬСЬКА

кандидат географічних наук, завідувачка кафедри економічної теорії,
фундаментальних та соціально-гуманітарних дисциплін,
Вінницький кооперативний інститут, Україна,
e-mail: fed.vki@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4680-5272>

**СВІТОВІ РЕЙТИНГИ: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВПЛИВУ
НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ КРАЇНИ**

Шмагельська, М. О. Світові рейтинги : особливості формування та впливу на економічне зростання країни. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 181–192.

Анотація. У статті досліджено формування рейтингів, як особливого виду діяльності, що активно впроваджується в ринковій економіці. Розглянуто процес створення системи рейтингів. Встановлено, що результати аналізу діяльності суб'єктів економіки виражаються як результати оцінювання у рейтинговій шкалі. Визначено головну різницю між поняттями «рейтинг» та «ренкінг», який дозволяє вибудувати суб'єктів економіки за ранжиrom, тобто за одним із показників. Проаналізовано критерії, які покладені в основу класифікації рейтингів. Зазначено, що в економічній літературі, у більшості випадків, її здійснюють за рейтинговими агентствами і компаніями. Встановлено, що рейтинговий процес, як бізнес, має не тільки методичну складову, але й певну моральну компоненту. Досліджено регулюючий елемент рейтингових агентств та особливості їх національної та міжнародної рейтингових шкал. Визначено набір (систему) національних рейтингових шкал, що забезпечує найбільш повну та об'єктивну оцінку кредитоспроможності емітента. Досліджено рейтинги міжнародних рейтингових агентств, які присвоюються, зазвичай, за двома шкалами: міжнародною та національною. Доведено, що зміни в рейтингах відіграють важливу роль для угод з відсотковими ризиками, як інформація для інвесторів при прийнятті рішень. Встановлено основні методики рейтингування, які є значною мірою закритими. Наведено провідні кредитні рейтинги міжнародних агентств, на які орієнтуються портфельні інвестори при прийнятті рішень, включаючи рейтинги країн та регіонів. Обґрунтовано головні переваги, які забезпечують довіру до рейтингів, такі як: репутація агентства; наявність у агентства загальновизнаної і доступної методики складання звітів; відмінності в підходах до аналізу суб'єктів рейтингування.

Ключові слова: міжнародні рейтинги; ренкінги; рейтингові агентства; кредитний рейтинг; Moody's Investors Service; Standard & Poor's; Fitch.

Марина Алексеевна ШМАГЕЛЬСКАЯ

кандидат географических наук, заведующая кафедрой экономической теории,
фундаментальных и социально-гуманитарных дисциплин,
Винницкий кооперативный институт, Украина,
e-mail: fed.vki@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4680-5272>

**МИРОВЫЕ РЕЙТИНГИ: ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И
ВЛИЯНИЯ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ СТРАНЫ**

Шмагельская, М. О. Мировые рейтинги : особенности формирования и влияния на экономический рост страны. *Вестник социально-экономических исследований* : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2021. № 2 (77). С. 181–192.

Аннотация. В статье исследовано формирование рейтингов, как особого вида деятельности, который активно внедряется в рыночной экономике. Рассмотрен процесс создания системы рейтингов. Установлено, что результаты анализа деятельности субъектов экономики выражаются как результаты оценки в рейтинговой шкале. Определена главная разница между понятиями «рейтинг» и «рэнкинг», который позволяет выстроить субъектов экономики по ранжиру, то есть по одному из показателей. Проанализированы критерии, которые взяты за основу классификации рейтингов. Отмечено, что в экономической литературе, в большинстве случаев, ее осуществляют по рейтинговым агентствам и компаниям. Установлено, что рейтинговый процесс, как бизнес, имеет не только методическую составляющую, но и определенную моральную компоненту. Исследован регулирующий элемент рейтинговых агентств и особенности их национальной и международной рейтинговых шкал. Определен набор (система) национальных рейтинговых шкал, который обеспечивает наиболее полную и объективную оценку кредитоспособности эмитента. Исследованы рейтинги международных рейтинговых агентств, которые присваиваются, обычно, по двум шкалам: международной и национальной. Доказано, что изменения в рейтингах играют важную роль для сделок с процентными рисками, как информация для инвесторов при принятии решений. Установлены основные методики рейтингования, которые в значительной степени являются закрытыми. Приведены ведущие кредитные рейтинги международных агентств, на которые ориентируются портфельные инвесторы при принятии решений, включая рейтинги стран и регионов. Обоснованы главные преимущества, которые обеспечивают доверие к рейтингам, такие как: репутация агентства; наличие у агентства общепризнанной и доступной методики составления отчетов; различия в подходах к анализу субъектов рейтингования.

Ключевые слова: международные рейтинги; рэнкинги; рейтинговые агентства; кредитный рейтинг; Moody's Investors Service; Standard & Poor's; Fitch.

Marina SHMAHEL'SKA

PhD in Geographic Sciences, Head of Economic Theory, Fundamental and Socio-Humanitarian Disciplines Department, Vinnitsa Cooperative Institute, Ukraine,
e-mail: fed.vki@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4680-5272>

WORLD RATINGS: FEATURES OF FORMATION AND IMPACT ON THE COUNTRY'S ECONOMIC GROWTH

Shmahelska, M. (2021). World ratings: features of formation and impact on the country's economic growth [Svitovi reitynhy: osoblyvosti formuvannia ta vplyv na ekonomichne zrostantia krainy], *Socio-economic research bulletin, Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen'* (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (77), pp. 181–192.

Abstract. The article investigates the ratings formation as a special type of activity that is actively implemented in a market economy. The process of creating a rating system is considered. It is established that the analysis results of economic entities activities are expressed as the results of evaluation in the rating scale. The main difference between the concepts of «rating» and «ranking» is determined, which allows building economic entities according to the ranking, that is, according to one of the indicators. The criteria that underlie the classification of ratings are analyzed. It is noted that in the economic literature, in most cases, it is carried out by rating agencies and companies. It is established that the rating process, as a business, has not only a methodological, but also a certain moral component. The regulatory element of rating agencies and features of their national and international rating scales are studied. A set (system) of national rating scales are determined, which provides the most complete and objective assessment of the issuer's creditworthiness. The ratings of international rating agencies, which are assigned, usually, on two scales: international and national, are studied. It has been proven that changes in

ratings play an important role for transactions with interest rate risks, as information for investors in decision making. The main methods of rating are established, which are largely closed. The leading credit ratings of international agencies, which are used by portfolio investors in decision-making, including country and regional ratings, are named. The main advantages that provide credibility to the ratings are substantiated, such as: the agency's reputation; the agency has a generally recognized and accessible reporting methodology; differences in approaches to the analysis of rating subjects.

Keywords: international ratings; rankings; rating agencies; credit rating; Moody's Investors Service; Standard & Poor's; Fitch.

JEL classification: F550; F630; O190

DOI: [http://doi.org/10.33987/vsed.2\(77\).2021.181-192](http://doi.org/10.33987/vsed.2(77).2021.181-192)

Постановка проблеми у загальному вигляді. Основною відмінною рисою сучасного світу є постійне збільшення значення інформації. Великі обсяги інформації, технологічні можливості створення і використання інструментів оцінки розвитку країни, породжують необхідність стандартизації та упорядкування інформаційних потоків. Результатом є поява міжнародної індустрії різного роду рейтингів, ренкінгів та індексів. На підставі рейтингів оцінюють тренди економічного розвитку як світові, так і регіональні, що важливо для прогнозу і вирішення глобальних і регіональних проблем сталого розвитку. На основі їх зіставлення чітко виявляються як досягнення, так і слабкі місця країн (регіонів, міст, секторів економіки, компаній, окремих підприємств та інших об'єктів). Рейтинги є одним з інструментів, який дозволяє позиціонувати держави в системі економічних координат [1]. Питання розвитку підприємницького клімату, підвищення інвестиційної привабливості та, загалом, конкурентоспроможності економіки, є одними з ключових для економічного зростання будь-якої держави. Напрями створення і розвитку систем рейтингів охоплюють основні компоненти діяльності (бізнес-процесів, змагань, виборів товарів, послуг, партнерів), включаючи відтворення, фінансування, результативність.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. В економічній літературі, як у вітчизняній, так і зарубіжній, багато уваги приділяється питанням присвоєння та використання рейтингів. Як один із факторів впливу на глобальне середовище та діяльність бізнес-систем рейтинг визначає Н. О. Пархоменко [1]. У багатьох наукових публікаціях проаналізовано рейтинги, що характеризують стан або розвиток окремих сфер господарської діяльності, економічних, соціальних, екологічних процесів. Наприклад, А. Ю. Семенов аналізує світові рейтинги оцінки формування та розвитку цифрової економіки [2]. Міжнародні інвестиційні рейтинги проаналізовано О. Л. Пластуном, О. В. Дудкіним [3]. Т. В. Писаренко разом зі співавторами за показниками міжнародних рейтингів визначають екологічний стан України [4]. О. В. Макара порівнює міжнародні рейтинги конкурентоспроможності різних країн [5]. Моделі корпоративних кредитних рейтингів описує у препринті А. М. Кармінський [6]. Окремо варто визначити низку міжнародних організацій та центрів, численні наукові колективи і громадські організації багатьох країн, які спеціалізуються на формуванні рейтингів [7; 8; 9; 10; 11; 12].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на велику увагу до рейтингування, є необхідність у формулюванні й чіткому розумінні суті рейтингу. Це має ключове значення у регулюванні питань

рейтингування, використання рейтингів, визначення їх ролі в економічних та інших відносинах. Точність (об'єктивність, актуальність) рейтингу залежить від повноти та достовірності інформації, на підставі якої він присвоювався, непередбачених змін економічних умов або дій рейтингованих суб'єктів, від виникнення ризиків та інших факторів, не врахованих (які не можна було передбачити) при присвоєнні рейтингів. Економічні рейтинги створюють базу для аналітиків та інвесторів, можливості прийняття рішень щодо привабливості та конкурентоспроможності різних країн. У даному дослідженні розглядаються рейтинги, що присвоюються спеціалізованими міжнародними та національними рейтинговими агентствами (організаціями), які використовуються учасниками ринку для прийняття економічних рішень. Вони складаються на підставі тематичних індикаторів, а також інтегральних (агрегованих) індексів, яких, за останнє десятиліття минулого та початку нового століття, з'явилося велика кількість.

Постановка завдання. Метою статті є: охарактеризувати систему створення рейтингів; визначити особливості формування та використання рейтингів як міжнародних, так і національних рейтингових агентств; встановити наслідки необ'єктивного присвоєння завищених або занижених рейтингів державам.

Виклад основного матеріалу дослідження. Рейтинг – це комплексна оцінка стану суб'єкта, в якій використовується сукупність багатьох показників, це віднесення господарюючого суб'єкта до класу або категорії. У широкому сенсі рейтинг (від англ. rating – оцінка, положення, ранг) означає експертну оцінку якості певного об'єкта. Об'єктом рейтингування можуть виступати як традиційні фінансові інструменти, так і кредитоспроможність компаній, міст, регіонів, країн та ін. Під рейтингом можна також розуміти величину, що характеризує суб'єкт і дозволяє при зіставленні з іншим, аналогічним суб'єктом, оцінити ймовірність переваги в конкурентному середовищі або перевагу за минулий період часу. При створенні системи рейтингів проводиться моніторинг, обробляється вся доступна інформація. Результати аналізу діяльності суб'єктів виражаються як результати оцінювання у рейтинговій шкалі (наприклад, у вигляді числової оцінки, комбінації символів, що характеризують успішність суб'єкта як поточну, так і на перспективу). Суб'єкти з однаковим рейтингом зовсім не обов'язково повинні бути ранжовані за будь-якою ознакою.

Явища, щодо яких складаються рейтинги, належать до абсолютно різних сфер діяльності – економіки, фінансів, політики, культурного життя, спорту тощо. Популярність таких рейтингів пояснюється тим, що аудиторія ЗМІ хоче знати пріоритет, який існує на даний момент у важливій для них сфері. Виборцям, наприклад, необхідно знати, який політичний діяч лідирує, а який є аутсайдером політичного життя. Вкладникам важлива інформація про те, які банки найбільш надійні, а які можуть збанкрутувати.

Варто також чітко розрізнати поняття «рейтинг» та «ренкінг». Список суб'єктів, упорядкованих (ранжируваних) за величиною будь-якого показника, називається ренкінгом (від англ. to rank – ранжувати). Він дозволяє вибудувати суб'єктів економіки за ранжиrom, тобто за одним із показників. До таких показників, наприклад, відносять характеристики масштабу суб'єкта (капітал, капіталізацію, активи, обороти господарської діяльності) і оцінки ефективності (прибуток, рентабельність, прибутковість). На відміну від рейтингів, які є оцінкою спеціалізованого агентства на основі кількісної та якісної інформації, ренкінги – це список компаній, упорядкований за будь-якою ознакою, орієнтований на кількісні

показники (прибуток, показники величини активів, розмір кредитного портфеля для банку або вартість чистих активів фонду для керуючої пайовим інвестиційним фондом компанії та ін.). Найчастіше компанії ранжуються за зменшенням величини якого-небудь фінансового показника [6, с. 13]. Ренкінги створюють інформаційні агентства, зазвичай, на основі балансових показників суб'єктів. Результати публікують без узгодження.

За кордоном публікації списку ренкінгу банків часто привласнюють назву «рейтинг». Наприклад, британський журнал «The Banker» публікує щорічний рейтинг найбільших банків світу, який по суті є списком, ренкінгом [13, с. 2680]. Крім того, рейтинг тісно пов'язаний з поняттям «кредитний ризик», тобто здатність емітента виконувати свої зобов'язання у повному обсязі та у визначений термін. У свою чергу, ренкінги пов'язані з вужчими аспектами економічної і фінансової діяльності (вони складаються на основі показників, які вибирають суб'єкти господарювання).

Говорячи про рейтинги, необхідно зупинитись на питанні їх класифікації. Рейтинги вказують рейтингове місце, проблеми, які перешкоджають економічному зростанню країни, розвитку конкуренції в тій чи іншій країні, визначають їх причини, формулюють рекомендації щодо проведення необхідних змін. Системне позиціонування країни по всьому динамічному ряду і впровадження кращої практики дозволяє формувати програму дій з конкретним цілями і методами їх досягнення. Існує безліч критеріїв, які покладені в основу класифікації. Крім того, у зв'язку зі створенням нових фінансових інструментів і появою нових учасників ринку (венчурні фонди, товарні пули, інвестиційні фонди, фонди банківського управління та ін.), з'явилися нові види рейтингів, які стали використовуватися для визначення орендних застав, страхових внесків, оцінки гібридних цінних паперів, якості послуг довірених осіб та ін. Різноманітність рейтингів, що присвоюються рейтинговими агентствами, пов'язана не тільки з безліччю об'єктів рейтингування, а також є наслідком конкуренції на ринку рейтингових послуг. Кожне рейтингове агентство самостійно розробляє види рейтингів, прагнучи максимально задовольнити потреби клієнтів, які звернулися за їх отриманням, при цьому дотримати інтереси користувачів щодо висвітлення необхідної інформації на основі рейтингів. Тому підходів до класифікації рейтингів безліч. Їх здійснюють за: об'єктом присвоєння рейтингу; статусом емітента; рівнем зіставлення емітента; значимістю рейтингів; прогностним періодом рейтингу; ступенем спеціалізації рейтингів; рівнем надійності емітента (боргових зобов'язань); обов'язковості отримання рейтингів; відкритістю інформації і методикою оцінки. Детальний та досконалий поділ міжнародних рейтингів у сфері промисловості висвітлено на сайті «Індустрія 4.0 – Платформа INDUSTRY4UKRAINE» [9].

В економічній літературі, у більшості випадків, класифікацію рейтингів здійснюють за рейтинговими агентствами і компаніями: рейтинги «Standard & Poor's»; рейтинги «Fitch»; рейтинги «Moody's Investors Service»; рейтинг аналітичної компанії «Morningstar (Morningstar rating)». У кожній системі є свої недоліки. Рейтинг аналітичної компанії «Morningstar» – інвестиційний рейтинг, згідно з яким взаємним фондам присуджується від 1 до 5 зірок за критерієм історичної прибутковості з поправкою на ризик, де 4–5 зірок вважаються відмінним результатом. Система зіркових рейтингів «Morningstar» заснована на минулих даних може бути не актуальною у майбутньому [16, с. 365].

Детальна та розгорнута класифікація рейтингів залежно від типу установи чи

організації, що оцінює економічний та соціальний розвиток країни його формування фактично відображена у дослідженні О. Л. Пластуна, О. В. Дудкіна [3]. Всі організації поділені на 4 типи:

- науково-дослідні організації, що оцінюють економічний та соціальний розвиток країни [3, с. 192] (Інститут розвитку менеджменту (IMD), Фонд «The Heritage Foundation» та газета «The Wall Street Journal», Інститут Като, Дослідний центр Brookings Institution);
- міжнародні організації, що оцінюють економічний та соціальний розвиток країни [3, с. 193] (Світовий банк, Всесвітній економічний форум у Давосі, Програма розвитку людства ООН, Конференція ООН з торгівлі й розвитку ЮНКТАД, Аудиторська фірма PricewaterhouseCoopers, Центр антикорупційних досліджень Transparency International);
- рейтингові агентства [3, с. 195] (Moody's, Standard and Poor's, Fitch);
- інформаційні агентства, що оцінюють економічний та соціальний розвиток країни [3, с. 195] (Euromoney (Велика Британія), Newsweek (США), Журнал Forbes (США), The Economist (Велика Британія), Журнал Business Insider (США), Investor (США).

З середини 70-х років XX ст. відбувалося певне зниження інформаційного значення рейтингів, але, при цьому їх роль і популярність лише зростали [13, с. 2710]. Це переважно пояснюється не тільки ринковим, але і регуляторним значенням рейтингів, можливістю їх використання при прийнятті адміністративних рішень (наприклад, при залученні до проектів, до участі у фінансуванні та ін.) [3, с. 197]. Положення Базель II [15] посилює інтерес до рейтингів і до їх моделей. У країнах з розвинутою ринковою економікою склалася, застосовується і вдосконалюється низка методик оцінки господарюючих суб'єктів, у тому числі, з метою їх використання для присвоєння рейтингів. Відбулося осмислення рейтингового процесу, розуміння практичних можливостей використання рейтингів, у тому числі, і за рахунок моделювання, а також стосовно проблемних питань рейтингування. Це можуть бути моделі ймовірностей дефолту, засновані як на оцінюванні матриць переходу та моделі рейтингів, можливість використання яких в системах раннього попередження (IRB-системах) передбачено Базель II [6, с. 16].

Формування рейтингів є особливим видом діяльності, який активно впроваджується в ринковій економіці. Рейтинговий процес, як бізнес, має не тільки методичну складову, але й певну моральну компоненту. Рейтингові агентства не несуть юридичної відповідальності за свої висновки, а регулюючим елементом є їх репутація. Залежно від потреб інвесторів і особливостей економіки кожної держави рейтингові агентства самостійно визначають набір (систему) національних рейтингових шкал, що забезпечує найбільш повну та об'єктивну оцінку кредитоспроможності емітента. Це можуть бути довгострокові і короткострокові рейтинги в національній та іноземній валюті, рейтинги корпоративного управління, фінансової стійкості банку або страхової організації тощо.

Крім того, різні органи встановлюють правила, що регулюють фінансову діяльність залежно від рейтингів. При цьому, крім функції незалежної оцінки інвестиційних ризиків у формі думки рейтингового агентства, рейтинги мають функцію своєрідного ліцензування, що зумовлює особливий інтерес до них не тільки з боку інвесторів, але й державних органів. Рейтинги є визнаною мірою ризику і суттєво впливають на ціноутворення на фінансових і фондових ринках.

Зміни в рейтингах є досить вагомими і відіграють важливу роль для угод з відсотковими ризиками як інформація для інвесторів при прийнятті рішень. Рейтинги безпосередньо пов'язані з ризиком: чим менше рейтингове агентство прогнозує виникнення ризиків, що призводять до неналежного виконання своїх боргових зобов'язань, тим надійніше вважається цей емітент і тим вище його рейтинг. Чим менший ризик (і вище рейтинг), тим надійніше інвестиції і гарантії повернення вкладених коштів. Саме тому більш високі рейтинги називаються інвестиційними, оскільки відображають надійність емітентів для інвестування в них коштів на довгостроковій основі. Це рейтинги рівня від AAA (найвища надійність) до BBB- (мінімальний інвестиційний рівень) [6, с. 18].

Однак мінімальні ризики припускають і мінімальний дохід для інвесторів. У зв'язку з цим багато інвесторів (найчастіше вони дотримуються стратегії агресивного типу) [6, с. 16], вкладаючи гроші у боргові зобов'язання емітента з низьким рівнем рейтингу, розраховують отримати високий дохід. Встановлення емітентом підвищених відсотків за своїми зобов'язаннями, що мають низький рейтинг, є необхідним способом сформулювати попит на ці зобов'язання у потенційних інвесторів на протизагу підвищеному ризику, пов'язаному з такими вкладеннями. Таким чином, інвестори, що вкладають гроші у боргові зобов'язання, яким присвоєно рейтинг нижче значення BBB-, роблять це не для забезпечення надійності інвестицій у довгостроковому періоді, а для отримання прибутку в короткий термін за рахунок відсотків, що сплачуються емітентом.

Незважаючи на відносне зростання кількості рейтингів, числові дані показують, що наявних рейтингів явно недостатньо. Крім того, методики рейтингування значною мірою закриті, мають істотну експертну компоненту, що ускладнює їх широке використання для оцінювання ризиків, для прийняття рішень, у тому числі на державному рівні. Це визначає інтерес до побудови внутрішніх рейтингів, а також моделей рейтингів, які можуть бути використані як попередні оцінки в процесі прийняття управлінських рішень.

Кожне рейтингове агентство самостійно виробляє рейтингову шкалу, за якою оцінює емітентів і їх зобов'язання, тому досить складно зіставити рейтинги одного суб'єкта (або різних суб'єктів), присвоєні різними рейтинговими агентствами. Зіставлення рейтингів необхідно не тільки користувачам для більш об'єктивної оцінки кредитоспроможності емітента на основі різних рейтингів, а також й для регулятора – для нормативного закріплення використання різних рейтингів, присвоєних різними рейтинговими агентствами. З урахуванням цього міжнародними та національними регуляторами, міжнародними організаціями, інформаційними агентствами регулярно робляться спроби зіставлення основних видів рейтингів різних рейтингових агентств, в першу чергу «великої трійки» рейтингових агентств – «Standard & Poor's», «Fitch Ratings», «Moody's Investors Service».

Варто зазначити, що не існує будь-яких загальноприйнятих і офіційно затверджених таблиць відповідності рейтингових шкал різних рейтингових агентств. Це заважає зробити повноцінне і юридично легітимне порівняння рейтингів, присвоєних різними агентствами. Так, наприклад, кожне рейтингове агентство, у затверджуваних їх методиках, передбачає визначення кредитного рейтингу [14, с. 1920]. Одночасно для користувачів є важливі застереження щодо сутності рейтингів, умов їх визначення (присвоєння) і обмежень, пов'язаних з їх використанням. Суть застережень – наголошення на тому, що рейтинги є думкою аналітиків про майбутні відносні показники, що пов'язані з об'єктом

рейтингування і засновані на отриманій інформації та історичних даних.

Необхідність проведення порівняльної характеристики рейтингів, у першу чергу, дасть можливість порівняння привласнених різними рейтинговими агентствами рейтингів за національною і міжнародною шкалою, а також визначить рівень надійності одного емітента (або порівнюваних емітентів), його боргових зобов'язань виходячи з рейтингів, присвоєних різними рейтинговими агентствами.

Найнадійнішим у глобальному масштабі емітентам (ними, зазвичай, визнаються уряди фінансово стійких держав) присвоюються найвищі рейтинги за міжнародною шкалою. Іншим емітентам присвоюються нижчі рейтинги з урахуванням їх фінансового стану й інших умов [6, с. 30]. Градація значень рейтингів за міжнародними шкалами досить обмежена – близько 20 рівнів (від AAA – найвища надійність, до В – рейтинг дефолту). За цими 20 значеннями розподіляються емітенти всіх держав. У таких рамках, наприклад, українські банки, яким присвоєні рейтинги міжнародних рейтингових агентств, мають однакові довгострокові рейтинги за міжнародною шкалою, аналогічні суверенному рейтингу Республіки Білорусь. При цьому таке ж значення рейтингу має і один з банків Ямайки. Отже, така тотожність не враховує всіх особливостей (економічних, геополітичних, культурних, національних та ін.).

Способом більшої диференціації емітентів в рамках однієї держави є національні рейтингові шкали, що розробляються кожним рейтинговим агентством для всіх держав індивідуально з урахуванням особливостей їх економіки, кількості потенційних емітентів, потреб користувачів у національних рейтингах. Національні рейтинги (рейтинги за національною шкалою) представляють собою оцінку кредитоспроможності національного емітента або кредитної якості його боргових зобов'язань в межах конкретної країни.

Отже, рейтинги міжнародних рейтингових агентств присвоюються, зазвичай, за двома шкалами: міжнародною та національною. Національні рейтингові агентства – присвоюють рейтинги за національною шкалою. Суть рейтингів за міжнародною шкалою полягає в тому, що вони дозволяють порівнювати кредитоспроможність (або інші оцінювані характеристики) емітентів з різних держав, тобто в глобальному масштабі. Наприклад, якщо інвестор має можливість і бажання вкласти гроші в банк однієї держави, що має довгостроковий рейтинг за зобов'язаннями в іноземній валюті за міжнародною шкалою В-, і банк іншої держави, що має аналогічний рейтинг рівня А, то, зважаючи на надійність вкладень при мінімальному доході, він обере (з урахуванням цих рейтингів) другий банк. Міжнародні агентства використовують схожі позначення літерами своїх рейтингів, проте їх підходи до аналізу та складання класів рейтингу дещо відрізняються (табл. 1). Традиційно Standard & Poor's в оцінці ризику і присвоєння рейтингу проявляє значно більшу консервативність і обережність, ніж Fitch Ratings (їх підхід до оцінки ризиків досить ліберальний) і Moody's.

Рейтинги за національною шкалою призначені для відносної оцінки (градації) кредитоспроможності емітентів в рамках конкретної країни, що забезпечує більш значну диференціацію рейтингів, ніж за міжнародною шкалою, де рейтинги, зазвичай, зосереджені на рівні, нижче суверенного, який часто в країнах з економікою, що розвивається, є невисоким. Відносність національних рейтингів означає, що згідно з розробленими міжнародними рейтинговими агентствами методикам, найвищий довгостроковий рейтинг за національною шкалою (наприклад, зі значенням AAA) присвоюється емітенту з найвищою

кредитоспроможністю в даній країні. Рейтинги інших емітентів присвоюються щодо рейтингу цього емітента з найвищою кредитоспроможністю.

Таблиця 1

Складання класів рейтингів

Класи рейтингів Moody's	Опис класів рейтингів Moody's	Класи рейтингів-аналогів	
		Standard & Poor's	Fitch Ratings
Aaa	Компанії з виключною кредитоспроможністю та мінімальним рівнем ризику. Зміни кредитоспроможності цих компаній мало ймовірні.	AAA	AAA
Aa	Компанії з відмінною кредитоспроможністю, але більш чутливі до довгострокових ризиків, ніж компанії першої групи.	AA	AA
A	Хороша кредитоспроможність, але чутливість до ризиків може призвести до погіршення положення компанії.	A	A
Baa	Адекватна кредитоспроможність		
Ba	Сумнівна кредитоспроможність. Часто можливості компанії за сучасним виконанням зобов'язань можуть бути сумнівними, тобто вони не достатньо надійні.	BB	BB
B	Низька кредитоспроможність. Вірогідність сучасного виконання зобов'язань після тривалого періоду низька.	B	B
Saa	Надзвичайно низька кредитоспроможність. Такі компанії можуть бути визнані банкрутами, або існує значна загроза їх фінансовому стану.	CCC	CCC
Sa	Компанії, які об'явили дефолт за своїми зобов'язаннями.	CC	CC
C	Компанії, які об'явили дефолт за своїми зобов'язаннями, покращення мало ймовірні.	C, D	C, D

Джерело: розроблено автором за даними [9; 10; 11]

Особливої уваги заслуговує питання щодо використання кредитних рейтингів. У їх формуванні є свої особливості, що конкретизують і доповнюють розглянуті раніше технології. Кредитний рейтинг – це думка рейтингового агентства щодо загальної кредитоспроможності позичальника або кредитоспроможності позичальника щодо конкретних боргових зобов'язань, засноване на оцінці факторів ризику. Кредитний рейтинг є лише інформацією, яку інвестори можуть використовувати при здійсненні операцій з фінансовими інструментами та цінними паперами. Він не дає конкретних рекомендацій щодо того купувати, продавати або тримати боргові зобов'язання даного емітента. Але кредитні рейтинги завоювали широке визнання у інвесторів як зручний інструмент диференціації якості кредитоспроможності. Вони є одним з інструментів, який інвестори можуть використовувати в процесі покупки облігацій або здійснення інших інвестицій з фіксованим доходом.

Портфельні інвестори при прийнятті рішень орієнтуються на кредитні рейтинги міжнародних агентств «Standard & Poor's», «Moody's Investors Service», «Fitch Ratings», включаючи рейтинги країн і регіонів. Рейтинги «Standard & Poor's» [12] визначають кредитоспроможність емітента (рейтинг емітента або рейтинг ділового партнера) або ймовірності виконання окремих боргових зобов'язань (рейтинг боргового зобов'язання) порівняно з іншими емітентами або борговими зобов'язаннями відповідної країни. «Moody's Investors Service» [11] – рейтингове агентство, що присвоює міжнародні та національні рейтинги дефолту емітента, особливістю яких є оцінка ймовірності виникнення у інвесторів втрат в результаті дефолту емітента. На думку автора, ці рейтингові агентства, порівняння їх методик та шкал, є темою окремого дослідження.

Висновки і перспективи подальших розробок. Узагальнюючи різні визначення, а також беручи до уваги викладену інформацію щодо суті рейтингів, варто наголосити, що внаслідок необ'єктивного присвоєння завищених рейтингів, їх механічного використання для оцінки кредитних ризиків і розрахунку прибутковості вкладень, багато інвесторів і держави понесли значні збитки від вкладень у боргові зобов'язання, яким були присвоєні завищені рейтинги. Завдяки існуючій системі рейтингів:

- інвестори, мають інформацію про різні цінні папери (за їх допомогою можна аналізувати і прогнозувати курсові тенденції), надійність контрагента;
- емітенти визначають для себе можливість, ефективність розміщення позики і її ціну як на міжнародному ринку, так і на внутрішньому;
- кредитори мають інформацію про позичальника і, таким чином, можуть скласти загальну картину того, наскільки безризиковим є даний кредит;
- власники та керівники емітента (організації, що отримала рейтинг) можуть оцінювати фінансову стійкість організації, визначати необхідність зміни економічної політики, напрямків розвитку, ринків діяльності;
- потенційні та реальні клієнти визначають ступінь довіри до організації, яка має рейтинг, оцінюють її надійність як ділового партнера.

Довіру до рейтингів забезпечують: репутація агентства; наявність у агентства загальноновизнаної і доступної методики складання звітів; повна незалежність від держави і фінансово-промислових груп; відмінності в підходах до аналізу суб'єктів рейтингування.

Отже, головне призначення рейтингу – підвищення інформаційної прозорості суспільства, сприяння розміщенню суб'єктів у сфері діяльності за ключовими факторами успішності, тому перспективними та актуальними залишаються питання динаміки рейтингових позицій країн світу та України, їх порівняння, встановлення причин позитивних чи негативних змін у динаміці, складання економічних прогнозів за результатами отриманих даних.

Література

1. Пархоменко Н. О. Вплив тенденцій розвитку глобального середовища на діяльність бізнес-систем. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2020. № 12. С. 59–68. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2020-12-05>.
2. Семенов А. Ю. Аналіз світових рейтингів оцінки формування та розвитку цифрової економіки та місце України в них. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. № 43. С. 38–43. DOI: <https://doi.org/10.32841/2413-2675/2020-43-6>.

3. Пластун О. Л., Дудкін О. В. Міжнародні інвестиційні рейтинги як засіб усунення інформаційної асиметрії на макроекономічному рівні. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 3. С. 191–198.
4. Писаренко Т. В., Куранда Т. К., Кочеткова О. П., Муратова Н. І. Екологічний стан України за показниками міжнародних рейтингів і результатами моніторингу реалізації науково-технічних пріоритетів. *Науково-технічна інформація*. 2014. № 2. С. 10–17.
5. Макара О. В. *Конкурентоспроможність економічного середовища в Україні*. Порівняльний аналіз рейтингів окремих країн. URL: http://www.eip.org.ua/docs/EP_07_2_43_uk.pdf (дата звернення: 24.03.2021).
6. Карминский А. М. *Модели корпоративных кредитных рейтингов* / Препринт # WP 2009/X Р. Москва : Российская экономическая школа, 2010. 39 с. URL: https://www.nes.ru/files/old-nes/programs/econ/preprints/2010/Karminsky_2010.pdf (дата обращения: 24.03.2021).
7. *Позиції України в міжнародних рейтингах у сфері промисловості* / Індустрія 4.0 – Платформа INDUSTRY4UKRAINE. URL: <https://www.industryukraine.net/#about> (дата звернення: 25.03.2021).
8. *Рейтинг країн за рівнем легкості ведення бізнесу* / The World Bank Group : website. URL: <https://www.doingbusiness.org> (дата звернення: 26.03.2021).
9. *Рейтингове агентство Moody's* : website. URL: https://www.moody's.com/pages/default_ee.aspx (дата звернення: 26.03.2021).
10. *Рейтингове агентство Standard & Poor's Financial Services LLC* : website. URL: <https://www.spglobal.com/ratings/ru> (дата звернення: 29.03.2021).
11. *Рейтингове агентство Fitch Ratings* : website. URL: <https://www.fitchratings.com/ru> (дата звернення: 29.03.2021).
12. *Аналітичний огляд «Місце України у рейтингу Світового банку «Doing Business»* / Міністерство економіки України : сайт. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9cd60d26-fa44-481c-bb2a-1b28c713081f&title=AnalitichniiOgliadmistseUkrainiUR> (дата звернення: 02.04.2021).
13. Altman E., Rijken H. How rating agencies achieve rating stability. *Journal of Banking & Finance*. 2004. No. 28. Pp. 2679–2714.
14. Jacobson T., Lindeğ J., Roszbach K. Internal ratings systems, implied credit risk and the consistency of banks' risk classification policies. *Journal of Banking & Finance*. 2006. No. 30. Pp. 1899–1926.
15. *Revisions to the Basel II market risk framework – final version* / Basel, Bank for International Settlements, Basel Committee on Banking Supervision. URL: <http://www.asbasupervision.com/en/bibl/risk-management/market-risk/interest-rate-risk-in-the-banking-portfolio/659-bcbs193-1/file> (access date: 02.04.2021).
16. Kish R., Hogan K., and Olson G. Does market perceive a difference in rating agencies? *The Quarterly Review of Economics and Finance*. 1999. No. 39. Pp. 363–377.

References

1. Parkhomenko, N. O. (2020). Influence of tendencies of global environment development on business systems activity [Vplyv tendentsii rozvytku hlobalnoho seredovyshcha na diialnist biznes-system], *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu im. V. N. Karazina, Seria «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Kraieznavstvo. Turizm»*, No. 12, s. 59–68. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2020-12-05> [in Ukrainian]
2. Semenog, A. Yu. (2020). Analysis of world ratings for assessing the formation and development of the digital economy and Ukraine's place in them [Analiz svitovykh reitynhiv otsinky formuvannia ta rozvytku tsyfrovoy ekonomiky ta mistse Ukrainy v nykh], *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, Seria: Ekonomika i menedzhment, No. 43, s. 38–43. DOI: <https://doi.org/10.32841/2413-2675/2020-43-6> [in Ukrainian]

3. Plastun, O. L., Dudkin, O. V. (2012). International investment ratings as a means of eliminating information asymmetry at the macroeconomic level [Mizhnarodni investytsiini reitynhy yak zasib usunennia informatsiinoi asymetrii na makroekonomichnomu rivni], *Marketynh i menedzhment innovatsii*, No. 3, s. 191–198 [in Ukrainian]
4. Pisarenko, T. V., Kuranda, T. K., Kochetkova, O. P., Muratova, N. I. (2014). Ecological condition of Ukraine according to indicators of international ratings and results of monitoring of realization of scientific and technical priorities [Ekolohichni stan Ukrainy za pokaznykamy mizhnarodnykh reitynhiv i rezultatamy monitorynhu realizatsii naukovotekhnichnykh priorytetiv], *Scientific and technical information*, No. 2, s. 10–17 [in Ukrainian]
5. Makara, O. V. (2007). *Competitiveness of the economic environment in Ukraine*. Comparative analysis of individual countries ratings [Konkurentospromozhnist ekonomichnoho seredovyshcha v Ukraini. Porivnialnyi analiz reitynhiv okremykh krain]. Retrieved from: http://www.eip.org.ua/docs/EP_07_2_43_uk.pdf [in Ukrainian]
6. Karminskiy, A. M. (2010). *Models of corporate credit ratings* [Modeli korporativnykh kreditnykh reytingov], Preprint # WP 2009/X R, Rossiyskaya ekonomicheskaya shkola Moskva, 39 s. Retrieved from: https://www.nes.ru/files/old-nes/programs/econ/preprints/2010/Karminsky_2010.pdf [in Russian]
7. *Ukraine's position in international rankings in the field of industry* [Pozytsii Ukrainy v mizhnarodnykh reitynhakh u sferi promyslovosti], Industry 4.0 – Platform INDUSTRY4UKRAINE. Retrieved from: <https://www.industry4ukraine.net/#about> [in Ukrainian]
8. *Ranking of countries by the level of ease of doing business* [Reitynh krain za rivnem lehkosti vedennia biznesu], The World Bank Group: website. Retrieved from: <https://www.doingbusiness.org> [in Ukrainian]
9. *Moody's ratings agency*: website [Reytingovoe agentstvo Moody's: veb sayt]. Retrieved from: https://www.moodys.com/pages/default_ee.aspx [in Russian]
10. *Rating agency Standard & Poor's Financial Services LLC*: website [Reytingovoe agentstvo Standard & Poors Financial Services LLC: veb sayt]. Retrieved from: <https://www.spglobal.com/ratings/ru> [in Russian]
11. *Rating agency Fitch Ratings*: website [Reytingovoe agentstvo Fitch Ratings: veb sayt]. Retrieved from: <https://www.fitchratings.com/ru> [in Russian]
12. *Analytical review «Ukraine's place in the World Bank rating «Doing Business»* [Analitichnyi ohliad «Mistse Ukrainy u reitynhu Svitovoho banku «Doing Business»], Ministerstvo ekonomiky Ukrainy: sait. Retrieved from: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9cd60d26-fa44-481c-bb2a-1b28c713081f&title=AnalitichniiOgliadmistseUkrainiUR> [in Ukrainian]
13. Altman, E., & Rijken, N. (2004). How rating agencies achieve rating stability, *Journal of Banking & Finance*, No. 28, pp. 2679–2714.
14. Jacobson, T., Lindeğ, J., & Roszbach, K. (2006). Internal ratings systems, implied credit risk and the consistency of banks' risk classification policies, *Journal of Banking & Finance*, No. 30, pp. 1899–1926.
15. *Revisions to the Basel II market risk framework – final version*. Basel, Bank for International Settlements, Basel Committee on Banking Supervision. Retrieved from: <http://www.asbasupervision.com/en/bibl/risk-management/market-risk/interest-rate-risk-in-the-banking-portfolio/659-bcbs193-1/file>.
16. Kish, R., Hogan, K. & Olson, G. (1999). Does market perceive a difference in rating agencies? *The Quarterly Review of Economics and Finance*, No. 39, pp. 363–377.

АВТОРИ СТАТЕЙ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

1. **Несененко П. П.** к.е.н., доцент кафедри загальної економічної теорії та економічної політики Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

1. **Паламарчук Д. М.** к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та бізнесу Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси;
2. **Швед В. В.** к.е.н., доцент, професор кафедри бізнесу та права Вінницького соціально-економічного інституту Університету «Україна», м. Вінниця;

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

1. **Збрицька Т. П.,** к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і економіки праці Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
Мінін В. С. аспірант кафедри управління персоналом і економіки праці Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
2. **Кривцова М. С.,** к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і економіки праці Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
Сорока О. В. к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і економіки праці Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

МЕНЕДЖМЕНТ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

1. **Ревтюк Є. А.** д.е.н., доцент, ад'юнкт Інституту управління та інформаційних технологій Познанської політехніки, Республіка Польща;

МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

1. **Орлик О. В.** к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій Одеського національного економічного університету, м. Одеса;
2. **Скляр Д. В.** аспірант кафедри економіки, права та управління бізнесом Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

3. **Янковий В. О.** д.е.н., доцент кафедри економіки, права та управління бізнесом Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

1. **Гордійчук Є. Г.** к.е.н., науковий співробітник Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса;
2. **Шикіна О. В.** к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету, м. Одеса;

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

1. **Шмагельська М. О.** к.геогр.н., завідувачка кафедри економічної теорії, фундаментальних та соціально-гуманітарних дисциплін Вінницького кооперативного інституту, м. Вінниця.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ODESSA NATIONAL ECONOMIC UNIVERSITY

ВІСНИК
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

←—————→
SOCIO-ECONOMIC RESEARCH BULLETIN

Збірник наукових праць
Collection of scientific works

№ 2 (77) 2021

No. 2 (77) 2021

За загальною редакцією:
д.е.н., проф. Ковальова А. І., д.е.н., проф. Сментини Н. В.,
д.е.н., проф. Стелінга Й. та ін.

Edited by:
Prof. Kovalyov A. I., Prof. Smentyna N. V.,
Prof. Stelling J. N. and others

Підп. до друку 30.06.2021. Формат
70x108/16. Папір офсетний. Гарнітура
Times New Roman. Ум. друк. арк. 18,1.
Тираж 50 прим. Зам. № 956.

Signed to print 30.06.2021. Format
70x108/16. Offset paper. Type: Times New
Roman. Conventional printed sheets 18,1.
Publication: 50 copies. Order No. 956.

Видавець ТОВ ВД «Гельветика»
73034, Україна, м. Херсон,
вул. Паровозна, буд. 46-А
Тел.: +38 (0552) 39-95-80
e-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво: 266864

Publishing House «Helvetika»
46-A, Parovozna str.,
Kherson, Ukraine, 73034
Phone: +38 (0552) 39-95-80
e-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Certificate: 266864

*Свідоцтво про внесення видання видавничої продукції до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи, виготівників та розповсюджувачів видавничої продукції
від 04.10.2018 р., серія ДК № 6424.*

*Certificate of inclusion edition publishing products in State Register of publishing subjects,
distributors and manufacturers of printed products from 04.10.2018. Series DK No. 6424.*

