

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**

ISSN

2664-2972 Online

2664-2964 Print

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**

СЕРІЯ «ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ»

ВИПУСК 47

DOI: 10.32703/2664-2964-2020-47

КИЇВ 2020

Збірник наукових праць Державного університету інфраструктури та технологій: Серія «Економіка і управління». Вип. 47. К.: ДУІТ, 2020. 164 с.

Збірник містить статті, присвячені теоретичним, методологічним і прикладним проблемам економіки і управління транспорту та інших галузей. У низці статей досліджено питання залучення інвестицій, фінансування, обліку, ціноутворення, підвищення конкурентоспроможності підприємств.

У підготовці випуску брали участь відомі вчені, фахівці в галузі транспорту, викладачі провідних вищих навчальних закладів України.

Для науковців, викладачів, магістрів, студентів вищих навчальних закладів і працівників галузі транспорту та ін.

Збірник входить до наукометричної бази CEEIndex, ResearchBib.

Редакційна колегія

С.М. Боняр – д-р екон. наук, проф., декан факультету управління і технологій (головний редактор), Державний університет інфраструктури та технологій

В.П. Яновська – д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» (заст. головного редактора), Державний університет інфраструктури та технологій;

Andrea Bikfalvi, associate professor, PhD in Business Administration, Department of Business Administration and Product Design, University of Girona (Іспанія);

Natalja Lace, professor, Doctor of Economic Sciences, Head of the Department of Corporate Finance and Economics Faculty of Engineering Economics and Management, Riga Technical University (Латвія);

Л.О. Бакаєв – д-р екон. наук, проф., професор кафедри «Менеджмент, публічне управління та адміністрування», Державний університет інфраструктури та технологій;

Н.І. Богомолова – д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри «Фінанси і кредит», Державний університет інфраструктури та технологій;

В.М. Бондаренко – д-р екон. наук, проф., декан обліково-фінансового факультету, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету;

О.М. Кібік – д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри «Національна економіка», Національний університет «Одеська юридична академія»;

О.О. Карпенко – д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри «Менеджмент, публічне управління та адміністрування», Державний університет інфраструктури та технологій;

В.Г. Коба – д-р екон. наук, проф., професор кафедри «Менеджмент, публічне управління та адміністрування», Державний університет інфраструктури та технологій;

М.В. Ковбатюк – к-т екон. наук, проф., завідувач кафедри «Теоретична та прикладна економіка», Державний університет інфраструктури та технологій;

І.С. Ковова – к-т екон. наук, доц., доцент кафедри «Облік і оподаткування», Державний університет інфраструктури та технологій;

С.П. Корешкова – к-т пед. наук, доцент, завідувач кафедри «Іноземні мови за професійним спрямуванням», Державний університет інфраструктури та технологій;

О.О. Кравченко – д-р екон. наук, проф., професор кафедри «Фінанси і кредит», Державний університет інфраструктури та технологій;

О.І. Малишкін – д-р екон. наук, проф., професор кафедри «Облік і оподаткування», Державний університет інфраструктури та технологій;

О.В. Мишуліна, д-р екон. наук, проф., зав. кафедри «Економіка», Костанайський філіал «Челябінський державний університет» (Казахстан);

М.І. Міщенко – д-р екон. наук, проф., професор кафедри «Економіка та менеджмент», Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту ім. академіка В. Лазаряна;

О.М. Паливода – д-р екон.наук, доц., професор кафедри «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємств», Національний авіаційний університет;

І.П. Садловська – д-р екон. наук, проф., начальник управління економічного розвитку та фінансів Міністерства інфраструктури України;

Т.Б. Семенчук – к-т екон. наук, доц., доцент кафедри «Менеджмент, публічне управління та адміністрування», Державний університет інфраструктури та технологій;

С.М. Шуляренко – к-т екон. наук, доц., завідувач кафедри «Облік і оподаткування», Державний університет інфраструктури та технологій;

О.В. Ярмоліцька – к-т екон. наук, доцент кафедри «Облік і оподаткування» (відповідальний секретар), Державний університет інфраструктури та технологій;

С.О. Крищенко – старший викладач кафедри «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування» (секретар), Державний університет інфраструктури та технологій.

Статті збірника рецензували члени редакційної колегії, друкуються мовою оригіналу

Рекомендовано до друку Вченою радою ДУІТ (протокол № 9 від 27.02.2020 р.)

Засновник і видавець – Державний університет інфраструктури та технологій.

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 23268-13108 ПР від 22.03.2018 р.

Збірник входить до Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук (Наказ МОН України від 16.07.2018 р. № 775)

© Державний університет інфраструктури та технологій,
2020 р.

ЗМІСТ

ЗАГАЛЬНО- ТРАНСПОРТНІ ПРОБЛЕМИ	ПЕТРЕНКО О.І. 6 Підходи до визначення сутності контрейлерних перевезень
	СЕМЕНЧУК Т.Б., ГУСАК О.А. 15 Особливості системи мотивації працівників транспортних підприємств
ЗАЛІЗНИЧНИЙ ТРАНСПОРТ	ЕЙТУТІС Г.Д., БОЖОК А.Р., ПИСАРЕНКО Г. 23 Удосконалення податкової політики як важіль покращення фінансового стану залізниць України
	КОБА В.Г., ПИЛИПЕНКО О.В., ПОЛЬОВИК І.О. 32 Методичні підходи до прийняття рішень про закриття малодіяльних станцій залізничного транспорту України
	КОПИТКО В.І., КОПИТКО О.В. 44 Вплив цифровізації економіки на кадрове забезпечення залізничного транспорту
АВІАЦІЙНИЙ ТРАНСПОРТ	КАТЕРНА О.К., MOLCHANOVA К.М. 53 Digital Transformation of Aviation Industry in Ukraine
ІНШІ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ	БАКАЄВ Л.О. 64 Зовнішня торгівля України товарами з країнами СНД
	КОВБАТЮК М.В., ШКЛЯР В.В. 71 Порівняльна оцінка інноваційного розвитку країн світу
	КАРПЕНКО О.О. 84 Інтернет-маркетинг у системі забезпечення інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств
	ЛУЧНИКОВА Т.П., КУЛІК Л.О. 97 Особливості управління комплексом маркетингу підприємства в умовах цифрової економіки
	МАЛИШКІН О.І., ШУЛЯРЕНКО С.М., ЯРМОЛЦЬКА О.В. 104 Аналіз прагматичних аспектів системи фінансової звітності за МСФЗ у форматі XBRL
	MEDVID V.YU., YU. ZHIJIANG 119 Research on the Overseas M&AS of China's Sports Industry Under the Background of the Belt and Road Initiative: SWOT-Analysis
	СТРІЛОК І.І. 133 Відкриті освітні ресурси як ефективний інструмент дистанційного навчання економічних спеціальностей
ЧЕРНІЙ В.О. 142 Теоретичні засади та сутність маркетингових інформаційних систем	
ШЕВЧУК В.О. 149 Теоретичні засади взаємодії суб'єктів в кластері	

CONTENTS

GENERAL TRANSPORT PROBLEMS	PETRENKO O.I. Approaches to determining the essence of piggyback	6
	SEMENCHUK T.B., GUSAK O.A. Employees motivation system features transport companies	15
RAILWAY TRANSPORT	EITUTIS G.D., BOZHOK A.R., PYSARENKO G. Improvement of the tax policy as a tool for upgrading Ukrainian railways' financial situation	23
	KOBA V.G., PYLYPENKO O.V., POLOVYK I.O. Methodical approaches to the decision on the closure of the Ukrainian low-activity railway station	32
	KOPYTKO V.I., KOPYTKO O.V. The impact of the digitalization of the economy on the staff of training of railway transport	44
AVIATION TRANSPORT	КАТЕРНА О.К., МОЛЧАНОВА К.М. Цифрова трансформація авіаційної галузі в Україні	53
OTHER AREAS OF ECONOMICS	БАКАІЄВ Л.О. The Ukraine's commodity foreign trade with CIS countries	64
	КОВБАТІУК М.В., ШКЛЯР В.В. Comparative assessment of innovative development of the countries of the world	71
	KARPENKO O.O. Internet-marketing in the system of providing telecommunication enterprises innovative development	84
	LUCHNYKOVA T.P., KULIK L.O. Peculiarities of management of enterprise marketing in digital economics	97
	MALYSHKIN O.I., SHULYARENKO S.M., YARMOLITSKA O.V. The analysis of the pragmatic aspects of the financial reporting system according to IFRS in XBRL format	104
	МЕДВІДЬ В.Ю., ЮЙ ЦІ ЦЯНЬ Дослідження міжнародних M&AS спортивної індустрії Китаю в умовах ініціативи «Один пояс-один шлях»: SWOT-аналіз	119
	STRILOK I.I. Open educational resources as an effective distance learning tool	133
	CHERNII V.O. Theoretical basis and the essence of marketing information systems	142
	SHEVCHUK V.O. Theoretical basis of interaction of subjects in the cluster	149

Ольга Петренко, к.е.н., доц.

(зав. каф. «Бізнес-логістика та транспортні технології», Державний університет інфраструктури та технологій)

ORCID ID 0000-0002-1869-7999

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КОНТРЕЙЛЕРНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Розглянуто підходи до визначення сутності контрейлерних перевезень в Україні та світі, проаналізовано етимологію поняття, визначено основні види контрейлерів та контрейлерних перевезень, охарактеризовано переваги та недоліки даного виду вантажних перевезень, перспективи їх розвитку. Поняття контрейлерних перевезень має англійське та латино-англійське коріння. У широкому розумінні контрейлерні перевезення визначають як спеціалізований вид інтермодальних та комбінованих перевезень, де одна транспортна одиниця разом з вантажем перевозиться в кузові іншої (більше везе менше). У міжнародних виданнях до контрейлерних перевезень відносять також поєднання автомобільного, залізничного, водного або авіаційного видів транспорту при перевезенні вантажу в рамках одного вантажного контракту для вантажовідправника. Відповідно до цього вирізняють поняття «контрейлер», що являє собою контейнер, забезпечений автомобільними колесами, призначений для комбінованих перевезень вантажів – автомобільно-водних, автомобільно-залізничних або змішаних автомобільно-залізнично-водних. В Україні, як і в інших європейських країнах, більш поширене трактування контрейлерних перевезень у вузькому значенні як комбінованих залізнично-автомобільних перевезень причепів, напівпричепів, трейлерів або знімних кузовів разом із вантажем на залізничній платформі. Контрейлерні перевезення мають низку переваг, пов'язаних з економією часу та витрат, безпечністю доставки, екологічністю, розвантаженням автошляхів, більш раціональним використанням транспортних ресурсів. Контрейлерні перевезення поширені для доставки у віддалені райони та у міжнародному сполученні, дозволяючи скоротити формальні процедури при проходженні митниці. Всі ці переваги підкреслюють актуальність дослідження та необхідність розвитку контрейлерних перевезень в Україні та світі.

Ключові слова: контрейлерні перевезення, транспорт, контрейлер, piggyback.

Постановка проблеми. Світова практика вантажних перевезень залізничним транспортом свідчить про посилення актуальності їх змішаного типу, у тому числі контрейлерних перевезень, із застосуванням спеціального рухомого складу, що дозволяє реалізувати інтермодальний підхід та диверсифікувати транспортні послуги.

У зарубіжній термінології інтермодальні вантажні перевезення має більш широке значення, ніж в Україні [1, 2, 3]. Його визначають як вид транспортування, що забезпечує перевезення вантажу у власних контейнерах разом з транспортним засобом, використовуючи кілька видів транспортування (автомобільний, залізничний, водний тощо), без будь-яких дій над вантажем при зміні транспортних засобів.

© Петренко О. І., 2020

Тобто цей метод зменшує обробку вантажу, не втручається в цілісність тари, що покращує швидкість та безпечність доставки, зменшуючи імовірність пошкодження або втрати вантажу.

Наразі залишаються дискусійними підходи до визначення контрейлерних, інтермодальних або змішаних вантажних перевезень. Сутність цих понять мають багато спільного, проте відрізняються в науковій літературі різних країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Контрейлерні перевезення важливі та мають значний потенціал розвитку, проте недостатньо досліджувані, про що свідчить обмежена кількість публікацій у фахових виданнях, оглядах, бюлетенях. В Україні на офіційних сайтах Міністерства інфраструктури України [<https://mtu.gov.ua>], Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України [<https://www.me.gov.ua>], Державної служби статистики України [<http://www.ukrstat.gov.ua>] відсутня окрема інформація про контрейлерні перевезення, їх обсяги, динаміку, показники розвитку, будь-які визначення понять. Безпосередній суб'єкт контрейлерних перевезень АТ «Укрзалізниця» [4] посилається на філію ЦТС «Ліски» [5], проте відомості про сутність і стан контрейлерних перевезень в Україні вкрай обмежені.

Переваги й перспективи контрейлерних перевезень в Україні та світі висвітлюються у працях М. Кургана [6], В. Баланова [7], Б. Петришина [8]. Такі зарубіжні автори, як: А. Лошко [9], А. Рахмангулов [10], А. Сладковські [10], Н. Осінтсев [10], О. Копилова [10] Хенцзян Ван [11], Зуой Лю [11], та інші [2, 12-15] досліджують питання розвитку вантажних змішаних перевезень та можливостей контрейлерних вантажних перевезень. Загалом у літературі та економічних оглядах контрейлерні перевезення розглядаються досить узагальнено, переважно увага приділяється інтермодальним та змішаним перевезенням, а особливості та сутність контрейлерних перевезень залишаються не достатньо розкритими.

Мета статті – дослідження етимології та визначення сутності поняття «контрейлерні перевезення» на основі аналізу підходів, які склались в Україні та світі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поєднання кількох видів транспорту у світовій практиці було відоме ще з давніх часів. Інтермодальні перевезення виникли в Англії у XIX столітті ще до розвитку і поширення залізниці [3]. Перші контейнери використовувались для доставки вугілля в Англію на Бريدжвотерському каналі у 1780-х роках. Перші приклади застосування контрейлерного підходу до залізничних вантажних перевезень зафіксовані на кресленнях Ліверпульської та Манчестерської залізниці у 1830 р., де автобуси перевозились на залізничних платформах [13], та у 1844 р. на залізничних вантажоперевезеннях Французькою поштою [3]. Ще до Другої світової війни використання причепів до вантажних автомобілів, які перевозились залізницею, називали «piggyback» – контрейлерами (Чиказька Велика Західна залізниця, 1936 р.).

Також контейнерний підхід використовувався для перевезення багажу пасажирів, проте їх суттєвим недоліком була відсутність стандартизованого підходу. Згодом у 1920-х роках розробка стандартів до розміру і параметрів контейнерів, вантажних вагонів, поєднання залізничного і автомобільного транспорту спочатку у Великобританії, а потім і в усьому світі суттєво сприяли розвитку інтермодальних перевезень. Необхідність стандартизації контейнерних перевезень позитивно вплинула на розвиток транспорту, як і прийняття міжнародних норм, започаткування відповідних організацій, як наприклад, Міжнародне бюро контейнерів (франц. Bureau International des Conteneurs, BIC) у 1933 р.

Історія виникнення поняття «контрейлерні перевезення» (англ. мовою piggyback) досить суперечлива.

Piggyback у перекладі з англійської – перевезення типу «бортовий літак», «на спині», «за плечима» – надає найбільш узагальнений підхід, за яким контрейлерні – це такі перевезення вантажів, де одна транспортна одиниця перевозиться в кузові іншої (більше везе менше) [13].

Існує думка, що етимологія контрейлерних перевезень походить від англійського «piggyback», яке в свою чергу складається зі староанглійського «ris pack» або «пікап» – форма вантажівки, популярна серед населення у США [13], і «back» – позаду.

Контрейлерні перевезення розглядаються як спеціалізований вид інтермодальних та комбінованих перевезень [13]. При цьому у зарубіжній практиці (Китай, США) контрейлерні перевезення застосовуються не тільки у автомобільно-залізничному транспорті, а й у повітряному, морському, авіаційному транспорті та у військовій справі.

Контрейлерні перевезення у залізничному транспорті визначають як практику перевезення причепів та напівпричепів потягом на платформі [13]. При перевезенні залізницею вантажних автомобілів, коли таким чином реалізується частина їх маршруту, застосовується поняття «рухома дорога» (rolling highway). Схожий метод транспортування – перевезення залізничним транспортом напівпричепів без тягачів називають «прицепом на платформі» (trailer on flatcar – TOFC). Також контрейлерний принцип застосовувався, коли потрібно було перевезти вагони однієї колії на плоских платформах іншої колії (вагонах-транспортерах), наприклад, досвід Австралії у 1955 р. [13].

Зарубіжні автори Хенцзян Ванга Зуой Лю розглядають контрейлерні перевезення як інтермодальний спосіб транспортування, який розміщує один транспортний засіб з вантажем в іншому [11]. Ці ж автори для того, щоб виділити перевезення вантажних автомобілів залізничним транспортом як окремий підвид, використовують термін «залізничні контрейлерні перевезення» [11].

У морському транспорті контрейлерні перевезення означають транспортування менших суден на великих, у тому числі на військових кораблях.

В авіаційному транспорті, а також у космічному, застосовується контрейлерний підхід, коли більший літак, ракета, шатл або супутник допомагають у реалізації транспортних цілей менших літаючих об'єктів.

У військовій практиці контрейлерні перевезення поширені при транспортуванні гусеничних бойових машин спеціальними транспортерами на гумових шинах.

Як бачимо, світовий підхід до контрейлерних перевезень більш глобальний і не обмежується лише залізничними перевезеннями вантажних автомобілів.

Також, аналіз наукової літератури показав, що окремо виділяють поняття «контрейлер», що від лат. «con (cum)» – означає «заодно», «разом» і англ. «trailer» – «тягнучий», що являє собою контейнер, забезпечений автомобільними колесами, призначений для комбінованих перевезень вантажів – автомобільно-водних, автомобільно-залізничних або змішаних автомобільно-залізнично-водних [14].

Контрейлер зазвичай – це автомобільний напівпричіп з кузовом, відкритим або закритим. Вантажопідйомність контрейлера становить від 6 до 20 тонн, місткість – близько 15 м³ [14]. Ходова частина контрейлерів може бути постійною або підкатною, за кількістю осей вирізняють одноосьові, двовісні і тривісні контрейлери. Під час транспортування залізницею контрейлерів з постійною ходовою частиною потрібні спеціальні пристрої для їх кріплення на платформі. Транспортування контрейлерів проводиться сидельними тягачами, також з їх допомогою відбувається зняття і установка контрейлерів на спеціальні судна і залізничні платформи.

Виділяють такі різновиди контрейлерів [14]:

- 1) стріктейнери – контрейлери зі з'єднаними кузовами;
- 2) роудрейлери – контрейлери з комбінованою ходовою частиною, які можуть рухатися як по рейках, так і по автошляхах. Це досягається установкою сталевих бандажів з ребордами на автомобільні колеса або заміною автомобільних коліс на залізничні.

Польща [12] визначає контрейлерні перевезення як перевезення залізнично-автомобільним транспортом (piggyback), де на основній транспортній секції залізничним

транспортном перевозиться вантажний автомобіль з причепом або без нього, тягач з напівпричепом, сам напівпричіп чи змінний кузов разом із розташованим у ньому вантажем. Такі перевезення є міжнародними, дуже економічними та екологічними.

У контрейлерних перевезеннях виділяють три основні транспортні методи [12]:

- 1) перевезення вантажних вагонів з однією одиницею (одним вантажним автомобілем), вантажні причепи (автопоїзда) і тягачі з напівпричепами;
- 2) перевезення тільки вагонами напівпричепів;
- 3) перевезення змінних вагонів (вантажна коробка без шасі).

В Україні контрейлерні перевезення трактується у більш вузькому значенні і розглядаються як такі, що поєднують залізничний транспорт з вантажним автомобільним транспортом та належать до інтермодальних перевезень. Проте на відміну від інтермодальних перевезень, які являють собою використання кількох видів вантажного транспорту в процесі доставки, контрейлерні перевезення характеризуються саме поєднанням залізничного та спеціального автомобільного транспорту. Так, якщо для перевезення вантажу залізницею використовується спеціальний універсальний контейнер, який потім може перевантажуватись на вантажні автомобілі або контейнерні судна, така послуга є інтермодальною [1]. Проте, якщо на спеціально обладнану залізничну платформу поміщається завантажений автомобіль, який при прибутті у пункт призначення без розвантажувально-навантажувальних робіт просто з'їжджає з платформи і продовжує доставку автомобільними шляхами, то такий вид перевезень є контрейлерним.

Досить узагальнене (класичне) визначення пропонує М. Курган: «контрейлерні перевезення – це транспортування по залізниці маршрутними поїздами великовантажних автопоїздів» [6]. Таке ж визначення пропонує більшість посібників в Україні.

Контрейлерні перевезення – це комбіновані залізнично-автомобільні перевезення причепів, напівпричепів, трейлерів або знімних кузовів на залізничній платформі [8].

Контрейлерні перевезення – це транспортування вантажів автомобільним транспортом, який закріплюють на спеціальній залізничній платформі. Водій транспортного засобу супроводжує вантаж залізницею в окремому спеціальному вагоні, це теж є характерною особливістю контрейлерних перевезень.

Перевагами контрейлерних перевезень є реалізація принципу «just in time» – це висока швидкість і вчасність доставки згідно з графіком руху поїздів, розвантаження автомобільних трас та зменшення шкідливих викидів в атмосферу, відповідно, зменшення витрат паливно-мастильних матеріалів, зносу автотранспорту, практична відсутність обмежень за вагою вантажів. Крім цього, суттєвою перевагою є значно вища безпека транспортування за будь-яких погодних умов, що особливо важливо для перевезення небезпечних вантажів. Для замовників послуг та транспортних підприємств контрейлерні перевезення дозволяють також скоротити витрати часу на оформлення товарно-транспортних документів, проходження митного контролю та інших формальностей при перетині кордонів. Крім пришвидшення доставки, також вантажний автотранспорт додає залізничному транспорту гнучкість у можливості перевезення вантажів у найбільш віддалені або розгалужені місця.

Поряд з цим, оператори контрейлерних перевезень повинні відповідати ряду вимог щодо технічної оснащеності, наявності спеціальних транспортних засобів і пристосувань, навантажувально-розвантажувальної інфраструктури. Серед недоліків контрейлерних перевезень відзначають необхідність підлаштовуватись під графік руху потягів і роботи залізниці, а також зниження ефективності вантажопідйомності залізничного транспорту.

Таким чином, можна стверджувати, що контрейлерні перевезення у світі розглядаються більш глобально як переміщення вантажів в одній і тій самій навантажувальній одиниці або дорожньому транспортному засобі, використовуючи послідовно два або більше видів

транспорту, не обробляючи вантажі при заміні виду транспорту, проте класичний підхід до визначення.

Контрейлерні перевезення найбільш поширені у США, Німеччині, Франції, Швеції та мають значні економічні й соціальні вигоди. Крім того, контрейлерні перевезення розглядають як одну з форм інтермодальних перевезення за принципом «від дверей до дверей». Ряд переваг, які надають контрейлерні перевезення у транспортуванні вантажів спонукають розвивати взаємодію залізничного та автомобільного транспорту, проведення стандартизації вимог до надання транспортних послуг і параметрів транспортних засобів та координаційної роботи між всіма учасниками транспортного процесу.

Контрейлерні перевезення розглядають як альтернативу міжнародним автомобільним перевезенням, де серед переваг відзначається швидкість, безпечність та розгалуженість доставки, полегшення у проходженні митних формальностей, більшу екологічність. Крім цього, Україна разом з європейськими країнами, зокрема Угорщиною, прагне розвивати транзитні контрейлерні перевезення вантажів із Китаю в напрямку ЄС через перехід на кордоні Україна – Угорщина [8].

В Україні контрейлерні перевезення здійснюються переважно у міжнародному сполученні та відповідають Правилам перевезення вантажів (пункт 16 III Розділу, Додаток 1 до СМГС) [4]. Відомим оператором контрейлерних перевезень в Україні є філія «Центр транспортного сервісу «Ліски» акціонерного товариства «Укрзалізниця» (скорочено – ЦТС «Ліски»), що є структурним підрозділом Державної адміністрації залізничного транспорту України [5], яка володіє терміналами в містах: Київ, Харків, Одеса, Чоп, Дніпро, Донецьк, Луганськ, надає комплексне транспортно-експедиторське обслуговування змішаних перевезень по території країн СНД, Балтії та Європи. Поїзд комбінованого транспорту «Вікінг» здійснює контрейлерні перевезення у сполученнях України з такими країнами: Литва, Білорусь, Болгарія, Молдова, Румунія, Грузія, Азербайджан. Контрейлерний потяг «Ярослав» перевозить вантажі за маршрутом України (Київ-Ліски – Ізов) – Польща (Лудін-Славкув) [5].

ЦТС «Ліски» володіє необхідною транспортною інфраструктурою, сучасним технічним обладнанням: навантажувально-розвантажувальними механізмами, кранами; парком рухомого складу: фітінговими та спеціалізованими платформами для контрейлерних перевезень, вагонами-автомобілевозами для перевезення легкових автомобілів, тягачами та великотоннажними контейнерами.

Головні тенденції, що спостерігаються в процесах вантажних перевезень на залізницях світу, пов'язані з розширенням використання спеціалізованого рухомого складу, у тому числі за змішаними схемами (комбіновані перевезення) переважно в міжнародному сполученні, тобто коли автотранспорт обслуговує початкові операції (доставка на станції) і кінцеві (доставка від станції до клієнта), а основна частина маршруту проходить по залізничних лініях [6]. Також характерною рисою є посилення інтеграційних процесів та ролі інформаційних технологій у реалізації транспортних послуг.

Досвід Китаю у розвитку контрейлерних перевезень має велике значення. Вагомим поштовхом для них було укладання угоди між Хоученбанг (Huochebang) – найбільшою китайською платформою, що допомагає водіям вантажних автомобілів у пошуку вантажів для перевезення, та китайською залізничною компанією CSRTC (China Shenhua Rail and Trucks Company) про співпрацю у контрейлерних перевезеннях [15]. З 2017 р. нова система дозволила об'єднати автомобільні та залізничні вантажні перевезення в єдине ціле та максимально ефективно використовувати наявні ресурси. Китай переконаний, що контрейлерні перевезення здатні реструктурувати логістичну галузь та створити нову сучасну модель. Контрейлерні перевезення використовують залізничні маршрути та дані Huochebang-платформи для більш ефективного перевезення вантажів та об'єднання переваг

залізничного і автомобільного видів транспорту. Оскільки автотранспорт дозволяє доставити вантажі у регіони, не доступні для залізниці, а залізничний транспорт допомагає пришвидшити процес транспортування, знизити витрати та розвантажити автошляхи, очікується позбавлення вантажопотоків на більших територіях, що стимулюватиме в свою чергу розвиток торгівлі і виробництва.

Huochebang – у перекладі «група вантажівок», у своїй системі має понад 630 тис. зареєстрованих водіїв вантажних автомобілів, що надає інформацію про 5 млн одиниць вантажу щодня. Компанія Shenhua, яка належить до найбільшої енергетичної компанії Китаю Shenhua Group по видобутку вугілля, володіє залізничними маршрутами протяжністю більше 2000 км [15]. Співпраця цих компаній дозволить повною мірою використати переваги контейлерних перевезень.

Китай визначає контейлерні перевезення як форму мультимодальних перевезень, що поєднує щонайменше два з таких видів транспорту: автомобільний, залізничний, морський та повітряний, в рамках одного вантажного контракту для вантажовідправника [15]. Він особливо актуальний для середніх і великих відстаней, а також у міжнародному сполученні.

У США змішані вантажні перевезення на відстань понад 800 км здійснюються переважно за допомогою поєднання автомобільного і залізничного, автомобільного і морського, залізничного і морського видів транспорту. У Європі такі перевезення складають близько 25%. У Китаї залізничний транспорт не так поширений, серед причин – жорстка регламентація та контроль з боку держави, наявність значної кількості залізничних бюро, у роботі яких не вистачає чіткої координації. Поряд з цим питома вага автомобільного транспорту займає 78 % від усіх вантажних перевезень у Китаї за даними за 2017 р. [15], тому для цієї країни надзвичайно актуальним завданням є розвиток контейлерних перевезень, що дозволить зменшити витрати на транспортування, скоротити шкідливі викиди в атмосферу та кількість заторів на автомобільних шляхах. Тому координація та злагоджена робота всіх видів транспорту для розвитку інтермодальних перевезень, важливою частиною яких є контейлерні перевезення, є особливо актуальною не тільки для окремої країни чи регіонів, а й для міжнародної транспортної інтеграції.

Висновки та пропозиції. Дослідження наукової літератури дозволило встановити, що визначення сутності категорії «контейлерні перевезення» має кілька підходів як щодо походження терміна, так і його трактування. За етимологією дане поняття походить від англійського «riggyback» («за плечима») – як поєднання кількох видів транспорту (більшого та меншого, один транспортний засіб перевозить інший). Поряд з цим виділяють латинське коріння у визначенні контейлерних перевезень: поєднання латинського «con (cum)» («разом») і англійського «trailer» («тягучий») – як комбінація вантажного автомобільного та інших видів транспорту. В Україні, Польщі та в більшості літературних джерел переважає трактування контейлерних перевезень у вузькому розмінні, за яким контейлерні перевезення розглядають як комбіновані вантажні залізнично-автомобільні перевезення причепів, напівпричепів, трейлерів або знімних кузовів на залізничній платформі. У зарубіжній термінології, зокрема в практиці азійських країн, США, поняття контейлерних перевезень вживається у більш широкому значенні – як всі види вантажних перевезень, де «велике везе маленьке». Тобто зарубіжна практика і наукова література не обмежується залізничним транспортом у реалізації контейлерних перевезень. У світі контейлерні перевезення розглядаються більш масштабно – як перевезення вантажів в одній і тій самій навантажувальній одиниці або дорожньому транспортному засобі, де послідовно використовуються два або більше видів транспорту, при цьому не обробляючи вантажі при зміні режимів (комбінованих і змішаних). Найпоширенішим є підхід визначення контейлерних перевезень як комбінації залізнично-автомобільного транспорту. Контейлерні перевезення здатні поєднувати переваги залізничного та вантажного

автомобільного транспорту, збільшуючи мережу доставки різноманітних вантажів на значні території, пропонуючи вищий рівень безпеки, економічності та екологічності. Саме тому контрейлерні перевезення набувають дедалі більшої популярності, особливо у міжнародному сполученні та мають значний потенціал розвитку як в Україні, так і в усьому світі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Що таке контрейлерні перевезення, для чого використовуються (2018). CARGO128. URL: <https://gloriacargo.com/ua/blog/2018/09/20/chtotakoe-kontrejlernye-perevozki-dlya-chego-ispolzuyutsya/>
2. Clarksons Research (2019), "ContainerIntelligenceMonthly", Volume 21, May.
3. Intermodal freight transport. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Intermodal_freight_transport.
4. АТ «Укрзалізниця» – офіційний сайт. URL: https://www.uz.gov.ua/cargo_transportation/intermodal_transportation/piggyback.
5. ЦТС «Ліски» – офіційний сайт. URL: <http://liski.ua>.
6. Курган М. Досвід експлуатації контрейлерних поїздів у внутрішньому та міжнародному сполучення. *Українська залізниця*, 2016, № 12(42), С. 49-54. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/9431/1/Kurhan.pdf>
7. Баланов В.О. Розвиток контрейлерних перевезень в Україні та досвід перевезень в європейських країнах. *Транспортні системи та технології перевезень*. Зб. наук. праць Дніпровського нац. ун-ту залізн. транс-ту ім. В. Лазаряна. 2012. № 4. URL: <https://doi.org/10.15802/tsst2012/17118>.
8. Петришин Б. Розвантаження автошляхів: Укрзалізниця запускає контрейлерні перевезення в Європу. Рубрика. Спецвидання, 05.05.2018р. URL: <https://rubryka.com/2018/05/05/rozzvantazhennya-avtoshlyahiv-ukrzaliznytsya-zapuskaye-kontrejlerni-perevezennya-v-yevropu/>
9. Loshko A. (2014), "Piggyback transportation", Updated 21 February 2014. URL: <https://prezi.com/w7qdmzonymzh/piggyback-transportation/>
10. Rakhmangulov A., Śladkowski A., Osintsev N., Kopylova O. (2018), "Sustainable development of transport systems for cargo flows on the East-West direction", *Transport systems and delivery of cargo on East-West routes: Studies in Systems Decision and Control*, v. 156, pp. 3-69.
11. Hengjian Wang, Zuoyi Liu (2016), "The Analysis of Economic Effect of Railway Piggyback Transportation in China", 4th International Conference on Mechanical Materials and Manufacturing Engineering (MMME 2016), pp. 669-672. URL: <https://download.atlantispress.com/article/25859873.pdf>.
12. Transport szynowo-drogowy „Piggyback”. TIMOCOM GmbH. URL: [https://www.timocom.pl/lexicon/leksykon%20transportowy/transport%20szynowo-drogowy%20\(„piggyback”\)](https://www.timocom.pl/lexicon/leksykon%20transportowy/transport%20szynowo-drogowy%20(„piggyback”))
13. Piggyback: Wikipedia. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Piggyback_\(transportation\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Piggyback_(transportation)).
14. Контрейлер: Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Контрейлер>.
15. Piggyback transportation puts China's logistics system on fast track (2017). URL: https://www.chinadaily.com.cn/business/2017-05/27/content_29531349.htm.

REFERENCES

1. What is piggyback, what are they used for (2018). CARGO128. URL: <https://gloriacargo.com/en/blog/2018/09/20/chtotakoe-kontrejlernye-perevozki-dlya-chego-ispolzuyutsya/>
2. ClarksonsResearch (2019), "ContainerIntelligenceMonthly", Volume 21, May.
3. Intermodal freight transport. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Intermodal_freight_transport.
4. Ukrzaliznytsia JSC is the official site. URL: https://www.uz.gov.ua/cargo_transportation/intermodal_transportation/piggyback.
5. CCP Liski - official site. URL: <http://liski.ua>
6. Kurgan M. (2016), "Experience of operation of piggyback trains in domestic and international traffic", *Ukrainian Railway*, vol. 12 (42), pp. 49-54. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/9431/1/Kurhan.pdf>.
7. Balanov V.O. (2012), "Development of piggyback transportation in Ukraine and experience of transportation in European countries", *Transportation systems and transportation technologies*, Coll. of sciences. works of Dniprovsky Nat. all the iron. trance to them. V. Lazaryan, vol. 4. URL: <https://doi.org/10.15802/tsst2012/17118>.
8. Petryshyn B. (2018), "Road unloading: Ukrzaliznytsia launches piggyback transportation to Europe", Heading, Special Issue, 05.05.2018. URL: <https://rubryka.com/2018/05/05/rozzvantazhennya-avtoshlyahiv-ukrzaliznytsya-zapuskaye-kontrejlerni-perevezennya-v-yevropu/>
9. Loshko A. (2014), "Piggyback transportation", Updated 21 February 2014. URL: <https://prezi.com/w7qdmzonymzh/piggyback-transportation/>

10. Rakhmangulov A., Śladkowski A., Osintsev N., Kopylova O. (2018), "Sustainable development of transport systems for cargo flows on the East-West direction", Transport systems and delivery of cargo on East-West routes: Studies in Systems Decision and Control, v. 156, pp. 3-69.

11. Hengjian Wang, Zuoyi Liu (2016), "The Analysis of Economic Effect of Railway Piggyback Transportation in China", 4th International Conference on Mechanical Materials and Manufacturing Engineering (MMME 2016), pp. 669-672. URL: <https://download.atlantispress.com/article/25859873.pdf>.

12. Transport szynowo-drogowy „Piggyback”, TIMOCOM GmbH. URL: [https://www.timocom.pl /lexicon /leksykon%20transportowy/transport%20szynowo-drogowy%20\(„piggyback”\)](https://www.timocom.pl /lexicon /leksykon%20transportowy/transport%20szynowo-drogowy%20(„piggyback”))

13. Piggyback: Wikipedia. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Piggyback_\(transportation\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Piggyback_(transportation)).

14. Kontreyler (Piggyback): Wikipedia. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Контрейлер>.

15. Piggyback transportation puts China's logistics system on fast track (2017). URL: https://www.chinadaily.com.cn/business/2017-05/27/content_29531349.htm.

Ольга Петренко, к.э.н., доц.

(зав. каф. «Бизнес-логистика и транспортные технологии», Государственный университет инфраструктуры и технологий)

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ КОНТРЕЙЛЕРНЫХ ПЕРЕВОЗОК

Рассмотрены подходы к определению сущности контрейлерных перевозок в Украине и мире, проанализировано этимологию понятия, определены основные виды контрейлеров и контрейлерных перевозок, охарактеризованы преимущества и недостатки данного вида грузовых перевозок, перспективы их развития. Понятие контрейлерных перевозок имеет английские и латино-английские корни. В широком смысле контрейлерные перевозки определяют как специализированный вид интермодальных и комбинированных перевозок, где одна транспортная единица вместе с грузом перевозится в кузове другой (больше везет меньше). В международных изданиях в контрейлерных перевозок относят также сочетание автомобильного, железнодорожного, водного или авиационного видов транспорта при перевозке груза в рамках одного грузового контракта для грузоотправителя. В соответствии с этим выделяют понятие «контрейлер», представляющий собой контейнер, снабженный автомобильными колесами, предназначенный для комбинированных перевозок грузов – автомобильно-водных, автомобильно-железнодорожных или смешанных автомобильно-железнодорожно-водных. В Украине, как и в других европейских странах, более распространенная трактовка контрейлерных перевозок в узком смысле как комбинированных железнодорожно-автомобильных перевозок прицепов, полуприцепов, трейлеров или съемных кузовов вместе с грузом на железнодорожной платформе. Контрейлерные перевозки имеют ряд преимуществ, связанных с экономией времени и затрат, безопасностью доставки, экологичностью, разгрузкой автодорог, более рациональным использованием транспортных ресурсов. Контрейлерные перевозки распространены для доставки в отдаленные районы и в международном сообщении, позволяя сократить формальные процедуры при прохождении таможни. Все эти преимущества подчеркивают актуальность исследования и необходимость развития контрейлерных перевозок в Украине и мире.

Ключевые слова: контрейлерные перевозки, транспорт, контрейлер, piggyback.

Olga Petrenko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

(Head of the Business Logistics and Transport Technologies Department, State University of Infrastructure and Technologies)

APPROACHES TO DETERMINING THE ESSENCE OF PIGGYBACK

Approaches to determining the nature of piggyback transportation in Ukraine and the world are considered, the etymology of the concept is analyzed, the main types of piggyback and piggyback

transportation are determined, the advantages and disadvantages of this type of freight transportation, prospects for their development are characterized. In a broad sense, piggyback is defined as a specialized type of intermodal and combined transport, where one transport unit together with the cargo is transported in the body of the other (more carries less). International publications also include combinations of road, rail, water or aviation modes of transport for cargo transportation within the framework of one cargo contract for the consignor. In the world, container transportation is considered more extensively - as transportation of goods in the same loading unit or road vehicle, where two or more modes of transport are used sequentially, without handling the goods when changing modes (combined and mixed). The most common approach is to define piggyback as a combination of rail and road transport. Accordingly, the concept of "container", which is a container equipped with automobile wheels, intended for combined transportation of goods - road-water, road-rail or mixed road-rail-water is distinguished. In Ukraine, as in other European countries, the narrower interpretation of piggyback transportation is more common than combined rail and road transport of trailers, semi-trailers, trailers or removable bodies together with cargo on the railway platform. Trailer transportation has a number of advantages related to time and cost savings, safe delivery, environmental friendliness, unloading of highways, and more efficient use of transport resources. Pipeline transportation is widespread for delivery to remote areas and internationally, reducing formal procedures for customs clearance. All these advantages underline the relevance of the research and the need for the development of piggyback transportation in Ukraine and in the world.

Keywords: piggyback, transportation, transport.

Тетяна Семенчук, к.е.н., доц.

(доцент каф. «Менеджмент, публічне управління та адміністрування», Державний університет інфраструктури та технологій)

ORCID ID 0000-0001-7834-1655

Ольга Гусак

(аспірант каф. «Менеджмент, публічне управління та адміністрування», Державний університет інфраструктури та технологій)

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У даній статті розкрито сутність терміна «мотивація персоналу» та основні завдання при формуванні системи мотивації персоналу. Розглянуто загальний процес мотивації персоналу та деталізовано схему його формування. Детально досліджено та наведено дві основні групи способів мотивації персоналу, а саме: матеріальну та нематеріальну.

За результатами розгляду анкетування та рейтингових оцінок визначено стан мотивації та стимулювання загалом транспортної галузі, й встановлено деталізований аналіз з виділенням перешкод формування ефективної системи мотивації на підприємствах транспорту, а саме – залізничних.

Обґрунтовано використання в сучасних умовах на підприємствах транспорту існуючої системи стимулювання працівників за методом Скенлона, яка дозволяє мотивувати внесок кожного робітника у підвищення ефективності виробництва.

У межах існуючих особливостей роботи транспортних підприємств у статті було обґрунтовано та наведено існуючі та дієві мотиваційні методи управління персоналом транспортного підприємства, що дозволять забезпечити реалізацію ефективної політики організації, яка приведе до кращого виконання поставлених цілей підприємства, розуміння своїх співробітників та дозволить суттєво зменшити ризики «відпливу» висококваліфікованих кадрів з робочих місць.

Ключові слова: система стимулювання, транспортні підприємства, мотивація працівників транспортних підприємств.

Вступ. Основою будь-якої організації є людина, її працівник з її потребами та можливостями їх задоволення, з відповідним інтелектуальним та соціальним рівнем, і відповідно з особливими ціннісними орієнтирами. Важливо аби керівництво підприємства, а саме його адміністрації, розуміли, що робить їх співробітників гарними працівниками і навпаки, як на це можна вплинути і які інструменти для цього можна застосовувати. Проведені дослідження сходяться в тому, що врахування людського фактора є основним завданням для адміністрації, якнайповніше використання людського потенціалу є

© Семенчук Т. Б., Гусак О. А., 2020

пріоритетним напрямом внутрішньої політики підприємства, а формування мотиваційного механізму підприємств на основі зарубіжного досвіду має відбуватися з урахуванням вітчизняних особливостей, таких як стан економіки, потреби людини, культурних надбань нації, її менталітету тощо.

Особливо для побудови комплексного підходу мотивації персоналу варто враховувати галузь підприємства та зважати на його специфіку та особливі показники. Для транспортних підприємств використання та побудова комплексного підходу до системи мотивації наразі є актуальною. Тим паче, дана сфера роботи підприємств використовує інтелектуальну і висококваліфіковану працю найманих працівників. Тільки зацікавлена у своїй трудовій діяльності людина може по справжньому ефективно працювати і приносити користь організації і суспільству.

Аналіз останніх досліджень. Світові та вітчизняні науковці зробили досить могутній внесок в методологію та методіку мотивації праці персоналу. Значну увагу цим питанням приділяли такі всесвітньо відомі дослідники, як К. Альфредер, М. Армстронг, Д. МакГрегор, Д. Мак-Клелланд, А. Маслоу, М. Портер, А. Файоль [1]. Вагомий внесок у вивчення проблем мотивації праці роблять такі сучасні вітчизняні науковці, як А. Афоніна [2], В. Дикань [3], В. Компанієць, В. Польова [4], А. Колот [5].

Мета статті. Метою статті є дослідження особливостей мотивації персоналу транспортних підприємств, їх впливу на ефективність роботи та підвищення результату діяльності організації в цілому. Оскільки сьогодні кожна транспортна організація має чіткі сформовані стратегічні цілі для подальшого розвитку, тому як наслідок кожне підприємство повинно дбати про належну мотивацію своїх співробітників аби підвищувати їх зацікавленість у досягненні таких цілей шляхом підвищення їх продуктивності праці.

Виклад основного матеріалу. Мотивація персоналу – це злагоджена система всередині підприємства, що спрямована на створення матеріальних та нематеріальних умов та стимулів для якнайкращого виконання співробітниками своїх обов'язків. До основного змісту мотивації належить три ключових поняття: зусилля, організаційні завдання й індивідуальні потреби.

Мотиваційна система на підприємстві має свої основні завдання:

- стимулювання працівників якісно виконувати поставлені перед ними завдання;
- підвищення продуктивності праці;
- створення позитивно налаштованого середовища всередині колективу;
- зниження плинності кадрів;
- залучення та утримання цінних, компетентних та висококваліфікованих працівників;
- підвищення лояльності співробітників до організації, в якій вони працюють;
- створення корпоративної культури.

Адміністрація підприємства має одночасно надавати можливість і вимагати від своїх працівників відповідних зусиль для досягнення поставленої мети, і заохочувати відповідно їх до цього. Для цього вони повинні забезпечити потреби індивідуумів, які є найманими працівниками підприємства. Отже, в процесі мотивації відбувається, з одного боку, досягнення організаційної мети, а з другого – задоволення індивідуальних потреб працівників.

Схема функціонування моделі мотивації така:

- ідентифікуються та групуються загальні потреби і стимули працівників;
- уніфікуються особливі та специфічні потреби і стимули працівників
- визначаються наслідки від незадоволення потреб працівника, яка породжує необхідність це виправити і задовольнити їх;
- на цю необхідність впливають зовнішні чинники, фактори та обставини, сприятливі можливості і особиста мета;

- для задоволення потреб витрачаються певні розумові та фізичні зусилля;
- зусилля приводять до відповідного рівня показників праці;
- за певні показники передбачаються різноманітні види винагород, що задовольняють початкові потреби і стимули.

Ця схема має замкнутий цикл. Адже в міру задоволення одних потреб виникатимуть нові, а для задоволення їх знову будуть потрібні нові зусилля.

На даний момент в реалізації досягнення поставленої мети підприємством та управління ним застосовуються різні теорії мотивації, які дають уявлення про основні принципи мотивації персоналу та свідчать про роль мотивації в управлінні загалом.

Сутність будь-якої теорії мотивації полягає в тому, що людина, усвідомлюючи завдання, що ставляться перед нею, і знаючи ту винагороду, яку вона може одержати за її досягнення, зіставляє це зі своїми потребами, можливостями і здійснює певну діяльність.

Правильно організована мотивація персоналу дозволить досягнути зростання ефективності діяльності працівників та покращення перспектив для підприємства, зміцнення його позицій і підвищення результативності.

Взагалі мотивацію можна грубо поділити на матеріальну та нематеріальну.

До матеріальних способів мотивації належать:

- грошова винагорода (підвищення заробітної плати, відсоток від продажів, премії, бонуси за перевиконання поставленого плану, соціальний пакет, страхування, знижки на продукцію чи послуги підприємства);
- негрошова винагорода (квитки на культурні заходи, закордонні відрядження, покращення робочого місця співробітника, навчання та підвищення кваліфікації за рахунок підприємства, додаткові оплачувані вихідні, путівки на відпочинок для дітей персоналу);
- система штрафів (матеріальне покарання за запізнення, невиконання плану чи інші визначені порушення, зняття премій з працівників відділу за незадовільні результати за певний період, введення штрафних робочих годин).

Використовуючи покарання, як засіб мотивації, важливо пам'ятати, що головна мета – це недопущення в подальшому певних дій, які так чи інакше можуть нашкодити діяльності підприємства.

До нематеріальних способів мотивації належать:

- можливість кар'єрного зростання – це сам по собі не стимул, а мотиваційний інструмент, завдяки якому співробітник зацікавлений в русі далі, аби потім отримати особистий кабінет чи підлеглих, чи високу зарплату, чи визнання;
- публічне визнання, похвалу за успіхи – це дієвий мотиваційний інструмент, яким часто нехтують керівники. Хоча навпаки, якщо спеціаліст виконав важливу задачу на «відмінно», витратив час, сили, енергію, знання, відповідно його необхідно вчасно похвалити, інакше він може вирішити, що його робота не має цінності. І як результат, в нього зникне будь-яке бажання працювати на повну. Похвала та визнання – це підтримка здорового ентузіазму та поривань до роботи;
- комфортні умови праці (зручне робоче місце, колективний відпочинок, абонементи в спортзал чи на масаж, облаштована зона відпочинку);
- підтримка корпоративного духу – корпоративи та спільні свята, невеликі подарунки на честь дня народження, весілля, річниця роботи на підприємстві, чи інших свят допомагають налагодити відносини між керівниками та підлеглими;
- гнучкий графік – нестандартна мотивація, яка нашоухує людину виконувати задачу якомога швидше і якісніше, щоб мати більше вільного часу;
- розгляд індивідуальних проблем, що стосуються виконання того чи іншого

поставленого перед співробітником завдання – така нематеріальна мотивація співробітників говорить про те, що на підприємстві існує дружнє відношення та елементарна увага керівництва до персоналу, що відіграє значну роль для самих працюючих;

- участь в прийнятті важливих рішень для підприємства;
- професійні змагання – ігрова система діє тоді, коли команда розуміє, за що змагається;
- зворотній зв'язок від керівництва, коли виникають проблеми чи побажання від співробітників.

Щодо підприємств транспорту та актуальності мотивації та стимулювання працівників варто розпочати з аналізу загального стану щодо ринку праці в сучасній вітчизняній економіці. Так Індекс глобальної конкурентоспроможності [6] України та його складові свідчать, що:

1. Якість усієї вітчизняної інфраструктури з 2014 року погіршала – в 2018 році Україна посіла 88 місце з 137, проти 75 з 144 в 2014 році;

2. Ефективність ринку праці в частини гнучкості визначення заробітної плати мали 77 та 126 місце відповідно в 2014 та 2018 роках. Це свідчить про погіршення ефективності роботи ринку праці майже в два рази за 4 роки;

3. Показник щодо впливу системи оподаткування на стимули до роботи (тобто на мотивацію працівників) – складає 124 місце з 137 країн в 2018 році, і майже такий рівень був 4 роки назад. Тобто вітчизняне оподаткування має невеликий вплив на стимулювання працівників підприємств, що є негативним показником для Уряду України з пошуку дієвих інструментів пожевлення вітчизняної економіки;

4. Ефективність ринку праці в частини використання талантів, а саме: здатність країни утримувати таланти – 129 та 132 місце відповідно в 2014 та 2018 роках, що теж свідчить про дуже низьку ймовірність талановитої молоді лишитись в Україні та створювати вітчизняний валовий внутрішній продукт;

5. Також здатність країни залучати таланти має 106 місце в 2018 році, проти 93 місце в 2017 році. На це має вплив сучасний стан політичної ситуації в країні та зміни в виконавчій владі.

Тобто з наведених вище показників видно, що вплив державних органів на стан мотивації та стимулювання працівників загалом має негативний вектор, про це має турбуватись лише адміністрація підприємства та залучати всі можливі сучасні та актуальні інструменти.

Отже, стає зрозумілим, що вирішального значення у формуванні мотивів у персоналу підприємства набуває матеріальне стимулювання, серед основних складових якого є не лише оплата праці, а й можливість здійснювати ефективну її реалізацію на ринку товарів та послуг.

У формуванні матеріальної мотивації необхідним є дотримання таких умов:

- існування рівня заробітної плати та дослідження її динаміки;
- між рівнем заробітної плати та кількістю і якістю результатів праці має існувати пряма залежність;
- наявність структури особистого доходу;
- прозорість та доступність всім працівникам підприємства;
- матеріальне забезпечення наявних грошових доходів тощо.

В основу формування систем мотивації покладено: забезпечення житлом, автомобілем; гідна оплата праці, наявність премій та надбавок, доплат, комісійних винагород, оплата навчання, участь в прибутках; грамоти, почесні знаки, дошки пошани; надання додаткового соціального і медичного страхування, створення сприятливих умов відпочинку; гарантування гідних умов праці; вибір оптимального варіанта між співучастю, спільним управлінням, робітничим контролем, самоуправлінням; самовдосконалення та самореалізація.

Серед негативних методів стимулювання виділяють: незадоволення, покарання, погрози щодо втрати робочого місця [7].

Зважаючи на те, що до важливих принципів організації заробітної плати доцільно віднести внесок кожного працівника у підвищення ефективності виробництва, на сьогодні достатньо уваги приділяється системам стимулювання за методом Скенлона.

Особливістю програми Скенлона є розподіл прибутку залежно від підвищення продуктивності щомісячно, а не один раз на рік. Це є дуже актуальним та дієвим саме для транспортних підприємств, зважаючи на сьогоднішні реалії та кризові ситуації в світовій та вітчизняній економіці. Це дозволяє співробітникам спостерігати як позитивні результати діяльності фірми, так і невдачі й спади, що відіграють важливе місце. Тобто при певних пошуках здешевлення логістичних перевезень, доставки товарів та використання останніх досягнень «діджиталізації» створення покупок, працівник транспортного підприємства зацікавлений завжди в підвищенні своєї продуктивності, відслідковувати різні ноу-хау в цій області, тому що це прямо впливає на його фінансову мотивацію.

Варто звернути увагу на те, що працівник, який намагається бути професіоналом та має загальні принципи соціальної відповідальності перед роботодавцем знайде усі можливості до професійного зростання, що в свою чергу приведе до зростання і його прагнення до задоволення різноманітних потреб не лише матеріального характеру, а й нематеріального змісту.

Український Інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка проводив дослідження «Електоральні настрої та проблеми, які найбільш хвилюють населення України: осінь 2018», яке включало дослідження задоволеності працівників, зокрема, на підприємствах залізничної галузі та інших транспортних підприємств, яке складалося з анкети з чотирьох секцій. Секція А анкети надає коротку інформацію про працівника; секція Б – повну оцінку матеріальної задоволеності працівників, форм їх заохочення та рівня соціального захисту; секція В – повну оцінку задоволеності працівників трудовими умовами та моральним кліматом на робочих місцях; секція Г дає змогу виявити думку працівників про процес реструктуризації галузі та її наслідків у майбутньому [8].

Аналіз даних свідчить, що задоволеність рівнем свого добробуту та заробітної плати коливається в межах 6,25–54,2% по різних групах професій. Цілком зрозуміло, що найбільш задоволеними є групи працівників керівного складу, а найменше задоволення відмітили робітники диспетчерсько-операторської групи. Ці показники свідчать про певний рівень соціальної напруги серед працюючих на залізницях.

Задоволеність своєю працею загалом, згідно з даними анкетування, є значно вищою, адже вона коливається від 57,8% у станційно-маневровій групі до 81,9% у груп і керівного складу. В результаті опитування цінним є виявлення причин незадоволеності працівників залізничного транспорту рівнем своєї заробітної плати. По-перше, це незначне підвищення заробітної плати на підприємствах залізничного транспорту (45,8% опитуваних); по-друге, 62,5% опитаних віддають перевагу невисокому, але гарантованому заробітку та відповідним умовам праці, який повинна надавати сучасна залізниця; по-третє, стабільність заробітку оцінена в 299 балів при 480 максимальних. Серед причин незадоволеності відзначимо також такі: виконуваний обсяг роботи повинен краще оплачуватись (75% опитаних); 37,5% віддали перевагу високому заробітку, хоча з ризиком втрати роботи; 29,2% опитаних вважають, що їхня сума заробітку розраховується на основі принципу якомога меншої оплати [4].

Виявлений рівень недовіри працівників залізничного транспорту є досить суттєвим, адже 33,3% вважають, що розмір заробітку встановлюється керівництвом з невідомих респонденту причин, 46% не довіряють бухгалтерії щодо нарахування зарплати.

Таким чином, отримані відповіді від працівників залізничного транспорту дозволяють реально оцінити стан їх соціальної захищеності. В результаті можна зробити висновок, що наскрізними в усіх питаннях є рівень заробітної плати та можливість його підвищення. Друге місце за значенням у системі соціального захисту посідає рівень матеріальної винагороди та кар'єрне зростання. Не менш важливим питанням працівники вважають моральний клімат та колективну співпрацю, стан яких повністю залежить від дій керівника. Водночас, все ж таки існує необхідність підвищення цінності працівника в галузі, інформування його про стан галузі та успіхи, які пов'язані з професійністю, ініціативністю, можливістю самореалізації у власній діяльності [4].

Заохочення персоналу до якісної трудової діяльності з досягненням поставлених цілей підприємства крім матеріального стимулювання повинне включати і сукупність методів морального заохочення до праці, здатних забезпечити суттєве збільшення надання послуг або виготовлення товарів та ефективного функціонування транспортних підприємств. Отже, обираючи методи мотивації персоналу на підприємстві, важливо враховувати реальні фінансові можливості. Якщо матеріальні труднощі не дозволяють використовувати сповна систему матеріальної мотивації, важливо не забувати та застосовувати нематеріальні заохочення співробітників. Адже індивідуальна емоційна складова при виконанні завдань та отриманні певної винагороди за них – одна з основних складових продуктивності персоналу, а також важіль ефективного управління колективом, про який необхідно пам'ятати.

Висновки та пропозиції. В статті було обґрунтовано, що нині існує безліч методів мотивації персоналу на підприємствах, і досить важливо навчитись поєднувати матеріальні та нематеріальні важелі мотивації для того, щоб досягнути «золотої середини» на конкретному підприємстві і цим самим підвищити показники його діяльності.

За результатами дослідження було встановлено, що наявність сформованої та налагодженої, а також прозорої мотиваційної системи на підприємстві є однією з конкурентних переваг для підприємства, яка дає можливість зменшити плінність кадрів та збільшити рівень задоволеності працівників, що прямо впливає на оптимізацію виконання поставлених завдань, підвищення корпоративної культури та ефективності діяльності підприємства загалом, через задоволення потреб співробітників.

У статті було описано існуючі та дієві мотиваційні методи управління персоналом транспортного підприємства, що дозволять забезпечити реалізацію ефективної політики організації, яка в свою чергу, призведе до кращого виконання поставлених цілей, розуміння своїх співробітників та дозволить суттєво зменшити ризики «відпливу» висококваліфікованих кадрів з робочих місць. Всі пропозиції ґрунтуються на особливостях роботи транспортного підприємства. Отже, проблема пошуку й оцінки ефективних мотиваційних методів управління персоналом на підприємстві та їх впровадження є одним з пріоритетних завдань будь-якого керівника, який хоче управляти прибутковим підприємством з ефективною корпоративною культурою та системою мотивації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. М. : Дело, 2005. 720 с
2. Афонин А. С. Основы мотивации труда: Организационно-экономические аспекты : учеб. пособие. К. : Укр. енциклоп. им. М. П. Бажана, 2008. 304 с
3. Дикань В.В., Дячек В.В., Єрьоміна Д.Ю. Управління мотивацією праці персоналу на підприємствах у сучасних умовах. *Інфраструктура ринку*. Випуск 8. 2018. С 286-290. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Dikan-V.-V..pdf>
4. Управління трудовою поведінкою працівників підприємств залізничного транспорту (соціокультурні доміанти): монографія/ В.В. Коломієць, В.В. Польова . Харків. Видавництво «Лідер», 2016. 298 с.

5. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник; Київ. нац. екон. ун-т. К. : КНЕУ, 2002. 337 с.
6. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2017-2018. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurento-spromozhnosti-2> (дата звернення: 30.12.2019)
7. Климчук А.О., Михайлов А.М. Мотивація та стимулювання персоналу в ефективному управлінні підприємством та підвищенні інноваційної діяльності. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018, № 1. DOI: 10.21272/mmi.2018.1-16. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018_1_218_234.pdf
8. Електоральні настрої та проблеми, які найбільш хвилюють населення України: осінь 2018 / Український інститут соціальних досліджень імені О. Яременка. URL: http://www.uisr.org.ua/img/upload/files/PR_2018%20101%2001_all.pdf (дата звернення: 30.12.2019).
9. Заєць Г.П. Практичний інструментарій мотивації та стимулювання персоналу підприємств залізничного транспорту. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 2 (19). 2019. С 144-150. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Zayets-G.P..pdf>

REFERENCES

1. Meskon M., Albert, M and Hedouri, F. (2005), *Osnovy menedzhmenta* / M. Meskon., М. : Delo, 720 p.
2. Afonin A. S. (2008), *Osnovy motivacii truda: Organizacionno-jekonomicheskie aspekty* : ucheb. Posobie. К. : Ukr. jenciklop. im. M. P. Bazhana, 304 p.
3. Dykan, V.V., Diachek, V.V. and Yer'omina, D.Yu. (2018), *Upravlinnia motyvatsiieiu pratsi personalu na pidpriemstvakh u suchasnykh umovakh. Ynfrastruktura rynku*. Vol. 8. pp. 286-290, available at: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Dikan-V.-V..pdf>
4. Kolomiets', V.V. and Pol'ova V.V. (2016), *Upravlinnia trudovoiu povedinkoiu pratsivnykiv pidpriemstv zaliznychnoho transportu (sotsiokulturni dominanty): monohrafiia*. Khar'kiv. Vydavnytstvo «Lider». 298 p.
5. Kolot A. M. (2002), *Motyvatsiia personalu* : pidruchnyk ; Kyiv. nats. ekon. un-t.. К. : KNEU, 337 p.
6. *Pozytsiia Ukrainy v reytynhu krain svitu za indeksom hlobal'noi konkurentospromozhnosti 2017-2018*, available at: <http://edclub.com.ua/analitika/pozytsiia-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-2> (Accessed 30 December 2019)
7. Klymchuk A.O., Mykhajlov A.M. (2018), *Motyvatsiia ta stymuliuvannia personalu v efektyvnomu upravlinni pidpriemstvom ta pidvyschenni innovatsijnoi diial'nosti. Marketynh i menedzhment innovatsij*, vol. 1. DOI: 10.21272/mmi.2018.1-16, available at: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018_1_218_234.pdf
8. *Elektral'ni nastroi ta problemy, iaki najbil'sh khvyliuiut' naseleння Ukrainy: osin' 2018* / Ukrain's'kyj instytut sotsial'nykh doslidzhen' imeni O. Yaremenka. available at: http://vuv.uisr.org.ua/img/upload/files/PR_2018%20101%2001_all.pdf (Accessed 30 December 2019).
9. *Zaiets' H.P. (2019), Praktychnyj instrumentarij motyvatsii ta stymuliuvannia personalu pidpriemstv zaliznychnoho transportu. Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*. vol. 2 (19). pp. 144-150, available at: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Zaiets-G.P..pdf>

Татьяна Семенчук, к.э.н., доц.

**(доцент каф. «Менеджмент, публичное управление и администрирование»,
Государственный университет инфраструктуры и технологий)**

Ольга Гусак

**(аспирант каф. «Менеджмент, публичное управление и администрирование»,
Государственный университет инфраструктуры и технологий)**

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЙ

В данной статье раскрыта сущность термина «мотивация персонала» и основные задачи при формировании системы мотивации персонала. Рассмотрен общий процесс мотивации персонала и детализировано схему его формирования. Подробно исследованы и приведены две основные группы способов мотивации персонала, а именно: материальную и нематериальную.

По результатам рассмотрения анкетирования и рейтинговых оценок определено состояние мотивации и стимулирования в целом транспортной отрасли, и установлено детализированный анализ с выделением препятствий формирования эффективной системы мотивации на предприятиях транспорта, а именно – железнодорожного.

Обосновано использование в современных условиях на предприятиях транспорта существующей системы стимулирования работников по методу Скенлона, которая позволяет мотивировать вклад каждого работника в повышение эффективности производства.

В рамках существующих особенностей работы транспортных предприятий в статье было обосновано и приведены существующие и действующие мотивационные методы управления персоналом транспортного предприятия, которые позволяют обеспечить реализацию эффективной политики организации, приведет к лучшему выполнению поставленных целей предприятия, понимание своих сотрудников и позволит существенно уменьшить риски «утечки» высококвалифицированных кадров из рабочих мест.

Ключевые слова: система стимулирования, транспортные предприятия, мотивация работников транспортных предприятий.

*Tatiana Semenchuk, PhD in Economics, Associate Professor
(Associate Professor of the Department of Management, Public Administration and Administration, State University of Infrastructure and Technology)*

*Olga Gusak
(Post-graduate student of the Department of Management, Public Administration and Administration, State University of Infrastructure and Technology)*

EMPLOYEES MOTIVATION SYSTEM FEATURES TRANSPORT COMPANIES

This article describes the essence of the term "staff motivation" and the main tasks in forming a system of staff motivation. The general process of staff motivation is considered and the scheme of its formation is detailed. In the article it was substantiated that there are now many methods of staff motivation at enterprises, and it is important to learn how to combine the material and intangible levers of motivation in order to reach the "golden mean" at a particular enterprise and thereby improve its performance.

According to the results of the questionnaire and rating evaluations, the state of motivation and stimulation in the transport sector in general was determined, and a detailed analysis was established with the identification of obstacles to the formation an effective system motivation at transport enterprises, namely railways.

The use in modern conditions of transport enterprises the existing system of stimulation workers by the method of Scanlon is substantiated, which allows to motivate the contribution of each worker in improving the efficiency production.

Within the existing features of the work transport enterprises, the article substantiated and presented the existing and effective motivational methods managing the personnel of the transport enterprise, which will ensure the implementation an effective organization policy that will lead to a better fulfillment of the set goals of the enterprise, understanding of its employees and will significantly reduce the risks. Highly skilled staff from workplaces. All proposals are based on the peculiarities of the transport company.

According to the results of the research, it was found that having a well-established and transparent and transparent motivation system in the enterprise is one of the competitive advantages for the enterprise, which makes it possible to reduce staff turnover and increase the level of employee satisfaction, which directly influences the optimization the fulfillment of the set tasks, increasing the corporate culture and efficiency of the enterprise as a whole, because of meeting the needs employees.

Keywords: incentive system, transport enterprises, motivation of employees of transport enterprises.

Георгій Ейтутіс, д.е.н., проф.

(професор каф. «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування, Державний університет інфраструктури та технологій)

ORCID ID 0000-0002-3833-6875

Анастасія Божок, к.е.н.

(доцент каф. «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування, Державний університет інфраструктури та технологій)

ORCID ID 0000-0002-4404-2267

Геннадій Писаренко

(заступник начальника адміністративної служби регіональної філії «Південно-Західна залізниця»)

УДОСКОНАЛЕННЯ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЯК ВАЖІЛЬ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ЗАЛІЗНИЦЬ УКРАЇНИ

У статті представлені існуючі моделі фінансування приміських пасажирських перевезень в Україні. Це приміські пасажирські перевезення об'єднані з іншими видами діяльності, їх фінансування проводиться за рахунок перехресного субсидування; а також приміські пасажирські перевезення організаційно відособлені і тоді фінансування здійснюється, як правило, за рахунок прибутку перевізників і державних субсидій (при необхідності).

Проаналізовані законодавчі та нормативні документи, які регулюють питання сплати Укрзалізницею податку на землю та акцизу на дизельне паливо. В результаті вивчення досвіду інших держав з даних питань визначено, що у розвинутих європейських країнах залізничний транспорт не оподатковується земельним податком. В усіх існуючих моделях фінансування, розвиток інфраструктури відбувається тільки за рахунок або за допомогою державного субсидування.

Зазначається необхідність скасування плати Укрзалізницею акцизу на дизельне паливо та податку на земельні ділянки, що перебувають під залізничними коліями.

Визначені такі можливі джерела фінансування приміських перевезень як надходження від акцизу з виготовленого в Україні палива і транспортних засобів, акцизу з імпортованого палива і транспортних засобів, ввізного мита на нафтопродукти, транспортні засоби. Представлено варіант фінансування приміських пасажирських перевезень. Запропоновано розробити та запровадити механізм повернення сплаченого акцизного податку у складі ціни дизельного палива у вигляді фінансування приміських пасажирських перевезень. Запропоновані та обґрунтовані зміни, які необхідно внести до Податкового Кодексу України та інші законодавчі акти для того, щоб законодавчо закріпити використання повернутих коштів для фінансування приміських пасажирських перевезень.

Ключові слова: залізничний транспорт, Укрзалізниця, пасажирські перевезення, вантажні перевезення, податок, фінансування.

© Ейтутіс Г. Д., Божок А. Р., Писаренко Г., 2020

Постановка проблеми. Перевезення залізничним транспортом пасажирів є однією із важливих складових обсягів послуг загального користування країни, від якості функціонування яких залежить розвиток національної економіки, обороноздатність держави, а також значною мірою благополуччя і зручність населення. Сьогодні залізничний транспорт працює на грані технічних і фінансових можливостей, спрацювання рухомого складу складає більш 90%, фінансові ресурси не дають можливості не тільки оновлювати активну частину основних засобів, але й забезпечувати їх обслуговування, що загрожує безпеці руху, якість надання послуг також не задовольняє зростаючим вимогам пасажирів.

Збиток від пасажирських перевезень за 2019 р. склав 13 млрд грн, половина з яких припадає на приміські перевезення, що на 680 млн грн більше, ніж у 2018 р. Державним бюджетом згідно з ст. 9 Закону України «Про залізничний транспорт України» відшкодовано збитків від перевезення пільгових категорій громадян лише 50 млн грн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти підвищення ефективності діяльності залізничного транспорту досліджують такі науковці, як Дикань В.Л., Бараш Ю.С., Гудков О.М., Єлагін Ю.В., Костецький В.В., Разумова К.М., Оспіщева В.І., Яновська В.П. У роботах вказаних авторів викладено ґрунтовний матеріал для подальших досліджень. Однак в умовах функціонування залізниць, які постійно змінюються, проведення реформування та реструктуризації залізничного транспорту багато стратегічних та поточних питань з удосконалення діяльності потребують досліджень.

Метою статті є дослідження законодавчих та нормативних документів, які регулюють систему оподаткування залізничного транспорту та пропозиції удосконалення даної системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відомо, що в світі існує дві основні моделі фінансування приміських пасажирських перевезень, які є збитковими:

приміські пасажирські перевезення об'єднані з іншими видами діяльності, і тоді фінансування проводиться за рахунок перехресного субсидування;

приміські пасажирські перевезення організаційно відособлені і тоді фінансування здійснюється, як правило, за рахунок прибутку перевізників і державних субсидій (за необхідності).

Слід зазначити, що сьогодні тільки Україна, Індія і Китай фінансують власні пасажирські перевезення за рахунок вантажних. Пряме фінансування пасажирських перевезень відсутнє.

Разом з тим, в цілому сплачено за 2019 р. АТ «Укрзалізниця» податків, зборів та інших обов'язкових платежів на користь держави більше 29 млрд грн, що перевищує рівень минулого року на 8,4 млрд грн або на 40%. Особливо збільшився земельний податок: з 1,2 млрд грн у 2018 р. до 3,8 млрд грн у 2019 р., тобто більш, ніж у 3 рази.

Ситуація ще більш ускладнилася через те, що Законом України від 23.11.2018 N 2628-VIII «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення рівноваги бюджетних надходжень у 2019 році» (далі – Закон № 2628), який набрав чинності 01.01.2019 р., внесено зміни до Податкового кодексу України (далі – Кодекс), відповідно до яких з пункту 284.4 статті 284 Кодексу виключено слова «надані для залізниць у межах смуг відведення». Тобто з 01.01.2019 р. залізнична галузь втратила пільги зі сплати земельного податку в розмірі 25% від нарахованої суми, обчисленої відповідно до статей 274 і 277 Кодексу.

Разом з тим, згідно з підпунктом 283.1.4 пункту 283.1 статті 283 Кодексу землі дорожнього господарства автомобільні дороги загального користування взагалі не підлягають оподаткуванню, відповідно створено нерівні умови для оподаткування земель для автомобільних та залізничних перевезень, що не відповідає принципу справедливості оподаткування.

Важливо зазначити, що на 80% земель Укрзалізниці розміщені інфраструктурні об'єкти (залізничні колії загального користування (земляне полотно, верхня будова колії та штучні

споруди) на перегонах і залізничних станціях, що призначені для пропуску поїздів, здійснення операцій з прийому та відправлення поїздів, прийому та видачі вантажів, багажу, здійснення сортувальних та маневрових робіт), що передані АТ «Укрзалізниця» є об'єктами виключно державної власності, які закріплюються на праві господарського відання із внесенням такого права до його статутного капіталу.

Однак, користуючись земельними площами, Укрзалізниця постійно вкладає значні фінансові ресурси для утримання їх в належному стані.

Зокрема, відповідно до технології проведення ремонтів земляного полотна та його споруд виконуються роботи з посилення, оновлення, заміни окремих елементів земляного полотна та його споруд, стабілізації земляного полотна на ділянках з деформаціями ґрунту (зсуви, спливи, осідання), ремонтуються захисні споруди земляного полотна, проводяться роботи з влаштування земляного полотна під час будівництва двоколіїних вставок тощо.

На зазначені вище роботи, а також утримання, реконструкцію і оновлення колій, утримання захисних лісонасаджень, роботи зі сніго- і водоборотьби АТ «Укрзалізниця» щорічно витрачає біля 5 млрд грн.

Крім того, залізниця постійно проводить організаційно-технічні заходи із забезпечення безаварійної роботи та утримання у справному стані залізничних споруд, колій, рухомого складу, обладнання, механізмів і пристроїв, що потребує значних фінансових ресурсів.

Відповідно до статті 10 Закону України «Про залізничний транспорт» будівництво і реконструкція магістральних залізничних ліній, об'єктів мобілізаційного призначення, придбання залізничного рухомого складу для перевезень пасажирів у поїздах далекого прямування та місцевого сполучення здійснюються за рахунок коштів Державного бюджету України.

Також дана стаття Закону України передбачає, що будівництво і реконструкція (у тому числі електрифікація) залізничних ліній, вокзалів, пішохідних мостів і тунелів, пасажирських платформ та інших об'єктів залізничного транспорту, пов'язаних з перевезенням населення регіону, придбання електропоїздів та дизель-поїздів для приміського сполучення здійснюються за рахунок коштів залізниць та залученням коштів місцевих бюджетів. Однак, з державного та місцевих бюджетів фінансування вищезазначених заходів не відбувалось.

Слід зазначити, що у розвинутих європейських країнах залізничний транспорт не оподатковується земельним податком. В усіх існуючих моделях фінансування, розвиток інфраструктури відбувається тільки за рахунок або за допомогою державного субсидування.

Тому, як варіант, пропонуємо податок на землю, що перераховується до місцевих бюджетів підприємствами АТ «Укрзалізниця», розподіляти таким чином, щоб 80% витрачати на фінансування приміських перевезень, а 20% залишати в місцевих бюджетах для задоволення регіональних потреб відповідно до проекту Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування земельних ділянок залізничного транспорту № 10361 від 04.06.2019 р. Пропонований варіант фінансування приміських пасажирських перевезень за рахунок земельного податку відображено в табл. 1.

Можливим джерелом фінансування приміських перевезень може бути і надходження від акцизу з виготовленого в Україні палива і транспортних засобів, акцизу з імпортного палива і транспортних засобів, ввізного мита на нафтопродукти, транспортні засоби.

Так, з 1 січня 2018 р. в Україні запрацював державний дорожній фонд. Він діє на підставі прийнятих Верховною Радою змін до Закону «Про джерела фінансування дорожнього господарства України» та Бюджетного кодексу України. Він формується, в першу чергу, за рахунок акцизу з виготовленого в Україні та імпортного палива. В цьому році в дорожній фонд надійде тільки 50% надходжень від акцизу з виготовленого в Україні палива і транспортних засобів, акцизу з імпортного палива і транспортних засобів, ввізного мита на нафтопродукти, транспортні засоби та шини до них. У 2019 р. в дорожній фонд надійшли

75% цих зборів. А всі 100% дорожній фонд отримає в 2020 р. Таким чином, акциз на паливо спрямовується на ремонт автомобільних доріг. Однак залізничний транспорт не використовує автомобільні траси, а також не отримує кошти з дорожнього фонду на своє оновлення.

Тому пропонується розробити та запровадити на підприємствах АТ «Укрзалізниця» механізм повернення 50% сплаченого акцизного податку, який зазначено вище, у складі ціни дизельного палива, що закуповується ними для технологічних потреб (табл.1).

Таблиця 1. Пропонований варіант фінансування приміських пасажирських перевезень

Витрати, млрд. грн	Доходи, млрд. грн	Питома вага, %
7,9	1. Власні доходи від приміських перевезень – 0,77	10
	2. 50% акциз за дизпаливо – 0,75	10
	3. 80% земельний податок – 3,04	41
	4. Державний бюджет – 2,83	39

З 2019 р. для АТ «Укрзалізниця» скасовано дію пільгової ставки оподаткування за користування земельними ділянками, яка становила 0,25% і встановлено сплату 100%. Сплата земельного податку на 2019 р. для АТ «Укрзалізниця» запропонована в сумі майже 4,2 млрд грн, що на 3 млрд грн більше, ніж у 2018 р. Зростання розміру земельного податку пов'язане з тим, що з 1 січня 2019 р. з пункту 284.4 Податкового кодексу України вилучені слова «надані для залізниць в межах смуг відведення», тому залізнична галузь повністю позбавлена пільги сплати земельного податку, обчисленого відповідно до статей №№274 і 277 Податкового кодексу України.

Нині рівень податкового навантаження на залізничну компанію в цілому збільшився до 51-57%, хоча АТ «Укрзалізниця» вже мала рівень податкового навантаження, вищий за середній в країні, на 20-25%. Цей показник перевищує збір в Японії та країнах Західної Європи, де він є максимальним – 37%. За кордоном колії та розташовані поблизу них інфраструктурні об'єкти не оподатковуються не лише у розвинених країнах Заходу (в т.ч. у Польщі), а і у Білорусі, Молдові.

Разом з тим, земельні площі автодоріг загального користування в Україні не оподатковуються, що свідчить про нерівність умов функціонування та порушує принципи справедливості.

Акциз на дизельне паливо, який АТ «Укрзалізниця» щорічно сплачує у дорожній фонд в розмірі 1,5-1,7 млрд грн, держава спрямовує на ремонт автодоріг, в той же час АТ «Укрзалізниця» постійно недоотримує кошти від місцевих бюджетів за провезення пасажирів, які мають державні пільги. Так, за 2016 - 2018 рр. недоотримана компенсація за перевезення пільгових категорій пасажирів склала 2,2 млрд грн. За цей же період не отримано 4,9 млрд грн капітальних витрат пасажирських перевезень через невиконання ст. 10 закону «Про залізничний транспорт», яка передбачає придбання електропоїздів та дизель-поїздів для приміського сполучення за рахунок залучення коштів місцевих бюджетів.

Відповідно до Закону України «Про джерела фінансування дорожнього господарства України» дохідна частина Державного дорожнього фонду формується за рахунок, крім усього іншого, акцизного податку з вироблених в Україні пального і транспортних засобів та акцизного податку з ввезених на митну територію України пального і транспортних засобів і

спрямовуються, у т. ч., на утримання автомобільних доріг загального користування державного значення і забезпечення розвитку виробничих потужностей дорожніх організацій.

Доцільним є частину даного Фонду, а саме ту, що її вносить АТ «Укрзалізниця», використовувати для утримання і придбання рухомого складу, що має обслуговувати приміські, у т. ч. пільгові, пасажирські перевезення.

Пропонуємо повертати кошти, сплачені як податок на земельні ділянки і як акциз на дизпаливо АТ «Укрзалізниця», винятково для фінансування приміських пасажирських перевезень.

Для впровадження цього заходу мають бути внесені певні зміни до Податкового кодексу України та інші законодавчі документи для того, щоб закріпити використання повернутих коштів для поліпшення приміських пасажирських перевезень.

Відповідно доповненим має бути Наказ Міністерства фінансів України №787 від 03.09.2013 р. Повернення зарахованих до бюджету платежів у національній валюті здійснюється органами Державної казначейської служби України (Казначейства) з відповідних бюджетних рахунків на рахунки одержувачів коштів, відкриті в банках або органах Казначейства, вказані у поданні або заяві платника за поданням органів, що контролюють здійснення надходжень до бюджету.

У разі наявності в обліку органів Казначейства заборгованості платника перед державним бюджетом за іншими бюджетними позиками, кредитами або фінансовою допомогою відповідний орган Казначейства повідомляє платника та орган, який подав подання, про можливість перерахування коштів (або їх частки), зазначених у заяві, та подання, перш за все, на погашення цієї заборгованості перед державним бюджетом.

Керівник відповідного органу Казначейства відповідно до законодавства може прийняти рішення про застосування заходів впливу за порушення бюджетного законодавства у тому випадку, коли відповідні місцеві фінансові органи не усунули порушення бюджетного законодавства у встановлений строк, тобто не надали підкріплення коштами для здійснення повернення, не повідомили про причини невиконання звернення органу Казначейства.

Сума підкріплення у бухгалтерському обліку операцій з виконання бюджетів відображається на відповідних рахунках як отримання (надання) підкріплення коштами для здійснення повернення надходжень відповідно до законодавства.

Органи Казначейства виконують операції з повернення коштів у т.ч. коштами, тимчасово віднесеними на доходи місцевого бюджету, що підлягають розподілу та за іншими платежами, які тимчасово віднесені на доходи місцевого бюджету, у порядку, встановленому законодавством.

Закон України «Про залізничний транспорт» регулює взаємодію підприємств залізничного транспорту з місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування і передбачає, що «у разі неприйняття органами місцевого самоврядування протягом 6 місяців після звернення залізниці рішень про компенсацію збитків з місцевих бюджетів або за рахунок підприємств, що обслуговуються цими дільницями, станціями та під'їзними коліями, АТ «Укрзалізниця» за погодженням з центральним органом виконавчої влади в галузі транспорту має право прийняти рішення про закриття малодіяльних збиткових залізничних дільниць, станцій та залізничних під'їзних колій».

Розгляд видів транспорту через призму концепції сталого розвитку показує, що залізничний транспорт має набути вищого пріоритету серед універсальних наземних видів. Концепція сталого розвитку, узагальнення якої були зроблені всесвітніми самітами ООН, за участі понад 180 країн, багатьох міжнародних організацій та провідних вчених, у 1992 р. в Ріо-де-Жанейро та у 2002 р. в Йоханесбургу, системно поєднала три основні складові стійкого розвитку суспільства: економічну, природоохоронну і соціальну.

Так, з погляду економічної складової можна відмітити, що залізничний транспорт характеризується значно вищою продуктивністю праці і, за рівних умов перевезень, нижчою собівартістю перевезень, ніж автомобільний. З погляду екологічної складової залізничний транспорт характеризується значно нижчим рівнем забруднення навколишнього середовища, ніж автомобільний. З соціальної точки зору, залізничний транспорт є значно безпечнішим, ніж автомобільний. Крім того, розвиток високошвидкісного руху забезпечить можливість виконання швидких масових перевезень і сприятиме значному зростанню мобільності людей.

Стаття 283 Податкового кодексу України передбачає, що земельний податок не сплачується за «землі дорожнього господарства автомобільних доріг загального користування – землі під проїзною частиною, узбіччям, земляним полотном, декоративним озелененням, резервами, кюветами, мостами, штучними спорудами, тунелями, транспортними розв'язками, водопропускними спорудами, підпірними стінками, шумовими екранами, очисними спорудами і розташованими в межах смуг відведення іншими дорожніми спорудами та обладнанням, а також землі, що знаходяться за межами смуг відведення, якщо на них розміщені споруди, що забезпечують функціонування автомобільних доріг, а саме:

а) паралельні об'їзні дороги, поромні переправи, снігозахисні споруди і насадження, протилавинні та протисельові споруди, вловлюючі з'їзди, захисні насадження, шумові екрани, очисні споруди;

б) майданчики для стоянки транспорту і відпочинку, склади, гаражі, резервуари для зберігання паливно-мастильних матеріалів, комплекси для зважування великогабаритного транспорту, виробничі бази, штучні та інші споруди, що перебувають у державній власності, власності державних підприємств або власності господарських товариств, у статутному капіталі яких 100 відсотків акцій (часток, паїв) належить державі» (пункт 283.1.4).

В Україні поступово запроваджується європейська модель структури залізничної галузі, яка передбачає організаційне та фінансове розділення сфер діяльності з утримання залізничної інфраструктури (здійснює оператор інфраструктури) на надання послуг з перевезень (здійснюють залізничні підприємства). При цьому оператор інфраструктури забезпечує умови рівного недискримінаційного доступу залізничних підприємств до залізничної інфраструктури. Тобто ніякої відмінності за економічною сутністю між магістральними залізничними коліями та об'єктами дорожнього господарства автомобільних доріг загального користування немає. Але наразі в Україні склалась ситуація, коли землі, на яких розташовані залізничні колії загального користування, оподатковуються на загальних умовах. На нашу думку, така ситуація виникла через корпоратизацію Укрзалізниці. Але зміна юридичної форми не змінила економічної сутності залізничної колії, як інфраструктурного об'єкта загального користування. До того ж, 100% акцій АТ «Укрзалізниці», як національного оператора інфраструктури, належать державі.

Висновки та пропозиції. На наш погляд, зміна організаційно-правової форми Укрзалізниці не повинна призводити до посилення нерівності умов для залізничного і автомобільного транспорту та штучного зростання витрат залізничного транспорту, а, відповідно, і транспортної складової у вартості продукції інших сфер економічної діяльності. Таким чином, доцільним є внесення змін до Податкового кодексу України за рахунок поширення дії статті 283 на землі, де розташовані залізничні колії загального користування, аналогічно до земель дорожнього господарства автомобільних доріг загального користування.

Запровадження повернення коштів «Укрзалізниці» має попередити такі негативні наслідки недофінансування приміських перевезень. Таким чином, залізничний транспорт має стати пріоритетним видом наземного транспорту для державної економічної політики. А для цього необхідно, щонайменше, забезпечити єдині конкурентні вимоги для цих видів транспорту, особливо нерівності умов щодо оподаткування земельним та акцизним податками.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дикань В.Л., Слагін Ю.В. Перспективи фінансування приміських пасажирських перевезень в умовах акціонування залізничного транспорту. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету Серія: Економіка і менеджмент*. 2016. Вип. 16. С. 46-48.
2. Бараш Ю.С., Адамян Ю.П. Рациональне використання рейкового транспорту у великих містах України. *Вісник економіки транспорту і промисловості: зб. наук. праць*. Харків: УкрДАЗТ, 2015. № 52. С. 101–107.
3. Гудков О.М. Перспективний механізм фінансування пасажирських перевезень на залізничному транспорті. *Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. В. Лазаряна. Серія «Проблеми економіки транспорту»*. 2011. Вип. 1. С. 34–39.
4. Гудкова В.П. Удосконалення механізму фінансово-економічного управління пасажирськими перевезеннями на залізницях України: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.07.04; УкрДАЗТ. Х., 2002. 171 с.
5. Гудкова В.П. Теоретико-прикладні основи підвищення ефективності економічної діяльності підприємств на ринку транспортного обслуговування населення. *Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія «Економіка та управління»*. 2013. № 25. С. 11–26.
6. Слагін Ю.В. Проблеми сталого розвитку суспільного транспорту та суспільні транспортні витрати. *Вісник економіки транспорту і промисловості: зб. наук. праць*. Х.: УкрДАЗТ, 2011. № 35. С. 254–256.
7. Ейтутіс Г.Д. Стратегія реформування залізниць України на основі регіоналізації транспортного обслуговування: дис. ... д.е.н.: спец. 08.00.03; Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України. Київ, 2010. 452 с.
8. Костецький В.В. Фінансове забезпечення діяльності підприємств міського електротранспорту: дис... канд. екон. наук: спец. 08.00.08 ; ТНЕУ. Тернопіль, 2010. 177 с.
9. Разумова К.М. Організаційно-економічний механізм забезпечення ефективності функціонування пасажирських перевезень на транспорті: автореф. дис... д-ра екон. наук: спец. 08.00.03; УкрДУЗТ. Харків, 2015. 42 с.
10. Оспіщева В.І. Фінанси: Курс для фінансистів: Навч. посіб. К.: Знання, 2008. 567с.
11. Пояснювальна записка Народних депутатів України: Гіршфельд А. М., Гусак В. Г., Москаленко Я. М «До проекту закону України №10361 от 04.06.2019 р. «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування земельних ділянок залізничного транспорту».
12. Божок А.Р. Формування сучасної транспортно-логістичної інфраструктури перевезень. *Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія «Економіка і управління»*. Київ: ДЕТУТ, 2016. №34. С. 11 – 16.

REFERENCES

1. Dikan, V.L. (2016), Perspektivi finansuvannya primiskih pasazhirskih perevezen v umovah akcionuvannya zaliznichnogo transportu [The prospect of financing suburban transportation on the conditions of railway transport functioning]. *Naukovij visnik Mizhnarodnogo gumanitarnogo universitetu Seriya: Ekonomika i menedzhment*, vol. №16, pp. 46-48.
2. Barash, Yu.S. (2015), Racionalne vikoristannya rejkovogo transportu u velikih mistah Ukraini [Rational railtransport using in large cities of Ukraine]. *Visnik ekonomiki transportu i promislovosti: zb. nauk. prac. Harkiv: UkrDAZT*, vol. №52, pp. 101-107.
3. Gudkov O.M. (2011), Perspektivnij mehanizm finansuvannya pasazhirskih perevezen na zaliznichnomu transporti [Perspective mechanism for financing of passenger transportation on railway transport]. *Zbirnik naukovih prac Dnipropetrovskogo nacionalnogo universitetu zaliznichnogo transportu im. V. Lazaryana. Seriya «Problemi ekonomiki transportu»*, vol. №1, pp. 34-39.
4. Gudkova, V.P. (2002), Udoskonalennya mehanizmu finansovo-ekonomichnogo upravlinnya pasazhirskimi perevezennyami na zaliznicyah Ukraini [Improvement of mechanism for financial and economic management of passenger traffic on Ukrainian railways]: dis. ... kand. ekon. nauk: spec. 08.07.04 / V.P. Gudkova; UkrDAZT. H. 171 p.
5. Gudkova, V.P. (2013), Teoretiko-prikladni osnovi pidvishennya effektivnosti ekonomichnoyi diyalnosti pidpriemstv na rинку transportnogo obslugovuvannya naseleння. [Theoretical and applied principles for improving the efficiency of economic activity of enterprises in the market of public transport services]. *Zbirnik naukovih prac Derzhavnogo ekonomiko-tehnologichnogo universitetu transportu. Seriya «Ekonomika ta upravlinnya»*, vol. №25, pp. 11-26.
6. Yelagin, Yu.V. (2011), Problemi stalogo rozvitku suspilnogo transportuta suspilni transportni vitrati [Problems of sustainable development of public transport and public transport costs]. *Visnik ekonomiki transportu i promislovosti: zb. nauk. prac. H.: UkrDAZT*, vol. №35, pp. 254-256.

7. Ejtutis, G.D. (2010), Strategiya reformuvannya zaliznic Ukraini na osnovi regionalizaciyi transportnogo obslugovuvannya [Strategy for reforming Ukrainian railways on the basis of regionalization of transport services]: dis. d.e.n.: spec. 08.00.03 / Rada po vivchennyu produktivnih sil Ukraini NAN Ukraini. Kiyiv. 452 p.

8. Kosteckij, V.V. (2010), Finansove zabezpechennya diyalnosti pidpriemstv miskogo elektrotransportu [Financial support of activity of the enterprises of city electric transport]: dis. ...kand. ekon. nauk: spec. 08.00.08; TNEU. Ternopil. 177 p.

9. Razumova K.M. (2015), Organizacijno-ekonomichnij mehanizm zabezpechennya effektivnosti funkcionuvannya pasazhirskih perevezhen na transporti [Explanatory note of the People's Deputies of Ukraine]: avtoref. dis. ... d-ra ekon. nauk: spec. 08.00.03; UkrDUZT. Harkiv. 42 p.

10. Ospishyeva, V.I. (2008), Finansi: Kurs dlya finansistiv [Finances: course for financiers]: Navch. posib./za red. K.:Znannya. 567 p.

11. Poyasnyvalna zapiska Narodnih deputativ Ukraini: Girshfeld A. M., Gusak V. G., Moskalenko Ya. M «Do proektu zakonu Ukraini №10361 ot 04.06.2019. « Pro vnesennya zmin do Podatkovogo kodeksu Ukraini shodo opodatkovannya zemelnih dilyanok zaliznichnogo transportu".

12. Bozhok, A.R. (2016) Formuvannya suchasnoyi transportno-logistichnoyi infrastrukturi perevezhen [Formation of modern transport and logistics infrastructure of transportation]. *Zbirnik naukovih prac Derzhavnogo ekonomiko-tehnologichnogo universitetu transportu. Seriya «Ekonomika i upravlinnya»*. Kiyiv: DETUT, vol. №34, pp. 11-16.

Георгий Эйтулис, д.э.н., проф.

(профессор каф. «Экономика, маркетинг и бизнес-администрирование, Государственный университет инфраструктуры и технологий)

Божок Анастасия, к.э.н.

(доцент каф. «Экономика, маркетинг и бизнес-администрирование, Государственный университет инфраструктуры и технологий)

Геннадий Писаренко

(заместитель начальника административной службы региональной филии «Юго-Западная железная дорога»)

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ КАК ИНСТРУМЕНТ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЙ ЖЕЛЕЗНЫХ ДОРОГ УКРАИНЫ

В статье представлены существующие модели финансирования пригородных пассажирских перевозок в Украине. Пригородные пассажирские перевозки, которые объединены с другими видами деятельности, их финансирование проводится за счет перекрестного субсидирования; а также пригородные пассажирские перевозки организационно обособленные и их финансирование осуществляется, как правило, за счет прибыли перевозчиков и государственных субсидий (при необходимости).

Проанализированы законодательные и нормативные документы, регулирующие вопрос платы АТ «Укрзалізниця» налога на землю и акциза на дизельное топливо. В результате изучения опыта других государств по данным вопросам определено, что в развитых европейских странах железнодорожный транспорт не облагается земельным налогом. Во всех существующих моделях финансирования, развитие инфраструктуры происходит только за счёт государственного субсидирования.

Отмечается необходимость отмены платы АТ «Укрзалізниця» акциза на дизельное топливо и налога на земельные участки, находящиеся под железнодорожными путями.

Определены следующие возможные источники финансирования пригородных перевозок как поступления от акциза с изготовленного в Украине топлива и транспортных средств, акциза от импортного топлива и транспортных средств, ввозной пошлины на нефтепродукты, транспортные средства. Представлен вариант финансирования пригородных пассажирских перевозок. Предложено разработать и внедрить механизм возврата уплаченного акцизного налога в составе цены дизельного топлива в виде финансирования пригородных пассажирских

перевозок. Предложены и обоснованы изменения, которые необходимо внести в Налоговый кодекс Украины и другие законодательные акты для того, чтобы законодательно закрепить использование возвращенных средств для финансирования пригородных пассажирских перевозок.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, Укрзалізниця, пассажирские перевозки, грузовые перевозки, налог, финансирование.

*Heorhii Eitutis, Doctor of Economics Sciences, professor
(Professor of the department «Economics, marketing and business administration», State University of Infrastructure and Technologies)*

*Anastasiia Bozhok, PhD in Economics
(Associate professor of the department «Economics, marketing and business administration», State University of Infrastructure and Technologies)*

*Hennadii Pysarenko
(Deputy Head of the Administrative Service of the South-Western Railway Regional Branch)*

IMPROVEMENT OF THE TAX POLICY AS A TOOL FOR UPGRADING UKRAINIAN RAILWAYS` FINANCIAL SITUATION

The article presents existing models of suburban financing passenger transportation in Ukraine. These are commuter passengers transportation combined with other activities, their financing conducted through cross-subsidization; as well as suburban passenger transportation is organizationally segregated and then financed carried out, as a rule, at the expense of profits of carriers and state subsidies (if necessary).

The consideration of modes of transport through the lens of the concept of sustainable development shows that rail transport should be given higher priority among universal terrestrial species. The concept of sustainable development, summarized by the UN World Summit with the participation of more than 180 countries of many international organizations and leading scientists, has systematically combined the three main components of sustainable social development: economic, environmental and social.

The legislative and regulatory documents that regulate are analyzed the issue of payment of land tax and excise duty on diesel by Ukrzaliznytsia fuel. As a result of studying the experience of other countries on these issues it is determined that in developed European countries rail transport not subject to land tax. In all existing models financing, infrastructure development occurs only at the expense or through government subsidies.

The need to abolish the excise duty on Ukrzaliznytsia of excise on diesel fuel and land taxes underrailroad tracks.

Possible sources of funding for suburban transportation are identified as excise tax on fuel produced in Ukraine and transport excise duty on imported fuel and imported vehicles duties on petroleum products, vehicles. An option is presented financing suburban passenger transportation. Suggested to develop and implement a mechanism for refunding the excise duty paid tax as part of the price of diesel fuel in the form of financing suburban passenger transportation. Proposed and justified changes to be made to the Tax Code of Ukraine and others legislative acts in order to legislate the use refunds for suburban passenger transportation.

Keywords: railway, Ukrzaliznytsia, passenger transportation, freight, tax, financing.

Вячеслав Коба, д.е.н., проф.

(професор каф. «Менеджмент, публічне управління та адміністрування», Державний університет інфраструктури та технологій)

Олена Віталіївна Пилипенко, к.е.н., доц.

(доцент каф. «Економіка, маркетинг та бізнес-адміністрування», Державний університет інфраструктури та технологій)

ORCID ID 0000-0003-3096-2377

Іван Олександрович Польовик, аспірант ДУІТ

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ПРО ЗАКРИТТЯ МАЛОДІЯЛЬНИХ СТАНЦІЙ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ

У статті на основі аналізу основних показників діяльності АТ «Українська залізниця» за період 2000-2018 рр. доведено, що компанія знаходиться в стані глибокої кризи. Це змусило керівництво «Укрзалізниці» вживати невідкладних антикризових заходів щодо скорочення операційних витрат. Одним із заходів скорочення витрат було обрано закриття малодіяльних залізничних станцій. Проте керівництво компанії підійшло до вирішення цього питання лише з позицій корпоративних інтересів, не враховуючи інтереси інших учасників перевізного процесу: колективу працівників малодіяльних станцій, органів регіональної влади, пасажирів, вантажовідправників, фермерів, підприємців та інших стейкхолдерів. Наведені аргументи на користь рішення про закриття малодіяльних вантажних станцій, розглянуто можливі негативні наслідки прийняття такого рішення та проаналізовано інструктивні документи, розроблені АТ «Укрзалізниця» в рамках підготовки до закриття малодіяльних станцій. У статті запропоновано комплексний методичний підхід до прийняття рішень про закриття малодіяльних залізничних станцій, що враховує показники поточної господарської діяльності та фінансові результати, передбачає урахування інтересів усіх заінтересованих сторін, можливі альтернативи та стратегічні виклики розвитку регіонів. На основі запропонованого підходу розроблено схему прийняття рішень про закриття малодіяльних залізничних станцій з урахуванням інтересів усіх сторін та можливих альтернатив.

Ключові слова: малодіяльна залізнична станція, АТ «Укрзалізниця», прибуток, закриття, комплексний методичний підхід, критерії, прийняття рішень.

Постановка проблеми. Економічна ситуація, у якій нині опинився залізничний транспорт України як вид економічної діяльності, не є сприятливою. Обсяги перевезень, виконаних робіт та наданих послуг знижуються, що тягне за собою скорочення прибутків, погіршення якості обслуговування пасажирів і вантажовідправників, недостатні темпи оновлення інфраструктури і рухомого складу, незадовільне впровадження інновацій щодо якості

© Коба В. Г., Пилипенко О. В., Польовик І. О., 2020

обслуговування пасажирів і вантажовідправників, недостатні темпи оновлення інфраструктури і рухомого складу, незадовільне впровадження інновацій на залізничних коліях України.

На сьогодні багатотисячний колектив компанії ледь виживає, фінансові результати компанії нестабільні (отримані за останні роки прибутки не можуть перекрити збитки минулих років). Одним із перспективних заходів щодо покращення прибутковості роботи акціонерного товариства «Українська залізниця» є реалізація стратегії «вдосконалення діяльності», змістом якої може бути передбачено фокусування на рентабельних видах діяльності, скорочення діяльності у низькорентабельних та збиткових сегментах, удосконалення структури виробництва, впровадження програм економії / скорочення витрат тощо. Керівництво «Укрзалізниці» вирішило вдатися до скорочення витрат шляхом закриття малодіяльних станцій та визначило перелік таких станцій, що підлягають закриттю. В період кризи такі заходи проводять, щоб зменшити збитки від роботи малодіяльних станцій, проте кожне таке рішення потребує комплексного організаційно-економічного обґрунтування, що не завжди виконується на практиці. Прийняття подібних рішень в ситуації кризи в економіці і суспільстві повинно здійснюватися із врахуванням не тільки корпоративних інтересів «Укрзалізниці», а й інших учасників процесу перевезень: колективу працівників малодіяльних станцій, органів регіональної влади та територіальних громад, пасажирів, бізнесу (вантажовідправників та вантажоотримувачів) та інших можливих заінтересованих сторін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом (2019 р.) означеному питанню присвячена достатньо велика кількість публікацій як в наукових джерелах, так і засобах масової інформації, зокрема в електронних виданнях. Авторами публікацій аналізуються окремі наслідки прийнятих керівництвом «Укрзалізниці» рішень про закриття 300 малодіяльних станцій з 988 існуючих. Проте в зазначених публікаціях не розглядалось питання комплексного обґрунтування прийняття рішення про закриття малодіяльної залізничної станції, чому присвячена ця робота.

Мета статті – проаналізувати наслідки прийняття рішення про закриття малодіяльної станції залізничного транспорту і надати рекомендації щодо удосконалення та обґрунтування цього процесу з метою усунення можливих помилок при прийнятті такого рішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. АТ «Укрзалізниця» є одним з основних перевізників вантажів і пасажирів в Україні. Залізничним транспортом перевозиться 24 % вантажів і 23,5 % пасажирів у міжміському сполученні [1]. За словами колишнього заступника міністра інфраструктури Олександра Кави, «Укрзалізниця» щорічно приносила державі близько 1,5 млрд доларів прибутку за рахунок вантажоперевезень, податків і зборів. А для багатьох вантажовласників залізниця є безальтернативним видом транспорту, що перевозить 90 % і більше від виробленої або купленої цими підприємствами продукції [2]. Так, залізничний транспорт займає перше місце по вантажообігу серед інших видів транспорту, друге місце (після автомобільного) – за обсягами перевезень вантажів, також друге місце – по перевезеннях пасажирів у міжміському сполученні (також після автомобільного транспорту) і перше місце по пасажирообороту (табл. 1).

Залізничний транспорт є монополістом в наземних перевезеннях на відстанях від 300 км і більше. Основним його конкурентом є більш молодий і мобільний автомобільний транспорт [1]. З даними табл. 1 протягом останнього десятиріччя спостерігаємо сталу динаміку скорочення обсягів перевезень, що свідчить про падіння конкурентного потенціалу залізниць як по вантажним так і по пасажирських перевезеннях, обумовлене погіршенням технічного стану інфраструктури, якості перевезень та простою нестачею тягового та рухомого складу для здійснення перевезень. Окрім того, Укрзалізниця виступає донором Державного бюджету України, замість того, щоб здійснювати інвестиції в оновлення основних засобів.

За 2000-2018 рр. обсяг перевезень вантажів знизився на 10 % або на 35 млн т, перевезення

ЗАЛІЗНИЧНИЙ ТРАНСПОРТ

пасажирів – на 69 %, тобто більше, ніж утричі, або на 341 млн осіб. За останні три роки (2015- 2018 рр.) обсяг перевезених вантажів знизився на 8 %, вантажообіг – дещо менше, лише на 5 %, що обумовлено стратегічною роллю залізничного транспорту в забезпеченні перевезень масових насипних вантажів на далекі відстані.

Таблиця 1. Динаміка основних показників перевезень пасажирів і вантажів залізничним транспортом України у 2000-2018 рр.

Показники	Роки							Темпи росту, %	
	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2018 / 2000	2018 / 2015
Перевезення вантажів залізничним транспортом, млн т	357	450	433	350	343	339	322	90	92
Вантажообіг, млрд т-км	172,8	224,0	218,1	195,1	187,6	191,9	186,3	107	95
Перевезення пасажирів залізничним транспортом, млн	499	445	427	390	389	165	158	31	40
у т. ч. за сполученнями:									
- далеке;	45	60	62	40	43	46	47	104	117
- приміське	454	385	365	350	346	119	111	24	31
Пасажиорооборот, млрд пас.-км	51,8	52,7	50,2	35,4	36,8	28,1	28,7	55	81

Джерело: [1]

За показниками 2017 р. можемо констатувати драматичне скорочення кількості перевезених залізницею пасажирів – майже у 2,5 рази порівняно з попереднім 2016 р., при цьому втрата пасажиропотоку (і відповідно, пасажиорообігу) відбулась за рахунок скорочення кількості перевезених пасажирів у приміському сполученні – майже утричі (з 346 до 119 млн пасажирів). Оскільки потреба у приміських перевезеннях не зменшується, а навпаки, зростає, таке скорочення кількості перевезених пасажирів свідчить про втрату залізницею пасажиропотоку та конкурентоспроможності на ринку приміських перевезень.

Ці негативні зміни відбулися через нестачу моторвагонного рухомого складу, незручні графіки руху тощо, що зумовило переорієнтацію пасажиропотоку на інші види транспорту (в основному, автомобільний, якому залізниця програє у середній швидкості руху, комфорту рухомого складу, якості обслуговування, організації та графіку руху і т. п.). Подібні причини є актуальними і для вантажних перевезень та обумовлюють зменшення обсягів перевезених вантажів і вантажообігу. При цьому кількість перевезених пасажирів у далекому сполученні постійно зростає – за період з 2015 р. по 2018 р. щорічний приріст становить в середньому 4,3 %; за три останніх роки – на 17 % або на 7 млн пасажирів.

Причини зниження обсягів перевезень залізничним транспортом відомі. Залежно від можливості впливу на них АТ «Укрзалізниця» ці фактори можуть бути розподілені на дві групи: зовнішні і внутрішні. До основних зовнішніх факторів слід віднести фактичну втрату Україною транзитного потенціалу, яким донедавна України так пишалась, що призвело до скорочення транзитного вантажопотоку. Територією України проходить сім міжнародних транспортних коридорів, сформованих для активізації і спрощення міжнародних вантажних перевезень [3]. Транзитні вантажі у 2000-2014 рр. становили до 40 % всього обсягу залізничних перевезень [1]. Ще у 2016 р. технологічні ресурси транспортної інфраструктури

України надавали можливість щороку перевозити залізницями, внутрішнім водним та автомобільним транспортом і переробляти в портах понад 130 млн т та доставляти трубопровідним транспортом близько 200 млн т транзитних вантажів. Наявність в країні 13 міжнародних морських торговельних портів, розвинутої мережі залізниць, автомобільних доріг та трубопроводів створює всі необхідні передумови для ефективного функціонування транспортної системи країни, збільшення обсягів міжнародного транзиту територією України та підвищення її транзитного потенціалу [4]. Однак, хоча європейська інтеграція для України є пріоритетною у міжнародній політиці, а вектор наближення транспортної політики України до стандартів і норм Європейського Союзу було визначено ще з середини 2000-х років [3], стрімке збільшення транзитних вантажопотоків залізницями України спостерігалось тільки з 2005 р. по 2008 р., а, починаючи з 2009 р. транзитні перевезення безупинно зменшувались. Аналітичні дослідження постійно фіксували скорочення транзитних перевезень, що зменшились порівняно з 2008 р. більше, ніж утричі, та недовикористання транзитного потенціалу України [4]. Серед причин такого скорочення, поряд з об'єктивними на ті часи факторами (світова фінансова криза, військові дії на території України), більш важливими слід вважати технічну відсталість транспортної інфраструктури, корупцію на кордонах, «...коли дії митників, представників СБУ та екологічної інспекції призводять до затримки вантажів» [5].

На сьогодні 70 % транзитних вантажів України перехопила Білорусь, хоч ця країна має гірші транзитні умови, бо не має виходу до моря і портів [5]. Підписаний Міжнародним союзом залізниць і Асоціацією вантажоперевізників FERRMED меморандум про розвиток євразійської логістики з перевезення вантажів між Китаєм і ЄС передбачає, що основний міжнародний вантажний залізничний маршрут між Китаєм і Європою проходитиме уздовж кордону України, а не через Україну, основний потік вантажів піде через Білорусь. Для України передбачається лише «запасна гілка» – на карті це тонка стрічка в напрямку Угорщини, Сербії та Словаччини [5]. Таке виключення України з транзитного вантажопотоку «Китай – ЄС» дає підстави стверджувати про крах планів низки українських урядів щодо участі України в реалізації міжнародного проекту «Новий шовковий шлях».

Реалізацію транзитного потенціалу України та залучення транзитного вантажопотоку можна відродити через розвиток транспортної системи України, оперативну та ефективну реалізацію технічних та організаційно-фінансових рішень з метою її поліпшення, здійснення інфраструктурних проектів, кошти на які виділяються через міжнародні організації (гранти) та гальмуються через корупцію чиновників. Більше того, експерти зазначають, що «...транзитний статус допоміг би нам стримувати агресію» Росії [5].

У цілому можна зазначити, що через низку причин обсяги перевезень у транспортній системі України поступово переорієнтовуються із залізничного на автомобільний транспорт.

Суттєвим внутрішнім фактором зниження обсягів перевезень залізницею є критичний стан інфраструктури і рухомого складу. За даними «Укрзалізниці», відсоток зносу магістральних електровозів становить 84 %, магістральних тепловозів – 99 %, вантажних вагонів – 90 %, пасажирських – 87 %, електро- і дизель-поїздів – близько 90 % [6]. Зношеність інфраструктури залізничного транспорту також перевищує діючі нормативи, а окремі одиниці рухомого складу відпрацювали свій ресурс двічі, тобто термін їх служби перевищує 60 років [7]. Близько 30 % від загальної протяжності магістральних колій експлуатується з простроченим капітальним ремонтом, тягові підстанції електропостачання зношені на 67 %, а контактна мережа – на 55 %. [6].

За такого стану матеріально-технічної бази української залізниці неможливо забезпечити якість перевезень на рівні, що відповідає сучасним вимогам, нормативну швидкість та безпеку руху, інші техніко-технологічні параметри перевезень.

Таким чином, можна дійти висновку, що «Укрзалізниця» знаходиться зараз в кризовому стані і потрібні рішучі заходи з нормалізації її діяльності та виходу з кризи. За останні роки проводилась велика робота з реорганізації управління, покращення матеріально-технічної бази, впровадження нових організаційно-економічних методів управління. Це дало свої позитивні результати та дозволило покращити кінцевий фінансовий результат діяльності компанії. Так, якщо у 2016 р. АТ «Укрзалізниця» мала чистий збиток в розмірі 7 млрд грн, то в 2017 р. – уже отриманий прибуток в сумі 115 млн грн, за результатами 2018 р. прибуток становив 850 млн грн, а у першому півріччі 2019 р. чистий прибуток компанії склав більше 1 млрд грн [8]. За підсумками 2019 р. керівництво «Укрзалізниці» прогнозує отримати прибуток на рівні 2,5-3 млрд грн, щоправда, не уточнюється зміст показника – від операційної діяльності чи чистий прибуток [9]. Це свідчить про значний потенціал розвитку компанії і можливості виходу з кризи та нарощування обсягів прибуткової діяльності. При цьому зростання прибутку забезпечується як шляхом збільшення обсягів доходів від основних та допоміжних видів діяльності (за останні три роки доходи зросли на чверть, в 1,25 разів), так і шляхом економії витрат основної (операційної) діяльності.

В складі заходів економії витрат передбачена реалізація рішення про закриття малодіяльних залізничних станцій. Для реалізації цього рішення компанією розроблено ряд інструктивних документів, зокрема «Порядок проведення рейтинг-аналізу діяльності вантажних станцій АТ «Укрзалізниця»» [10], визначено поняття малодіяльної вантажної станції. «Укрзалізницею» розроблено норматив, за яким, якщо на залізничній станції за рік навантажено / розвантажено менше 854 вагона, або 2,34 вагона на добу, то така станція вважається малодіяльною і підлягає закриттю. Таких залізничних станцій керівництвом компанії за результатами 2018 р. нараховано 301 з 998 існуючих на сьогоднішній день, тобто майже 30 % [11]. Був складений перелік таких станцій, розіслані листи про їх закриття і почалася робота з підготовки реалізації таких заходів [11-13].

На користь реалізації цього рішення були висунуті такі аргументи:

до набуття Україною незалежності залізничним транспортом на території України перевозилось більше 1 млрд т вантажів, а у 2018 р. – трохи більше 300 млн т. Таким чином, існуюча на сьогодні мережа залізничних колій, яка дісталась Україні у спадок від СРСР, має надлишкові перевізні потужності, що не використовуються, часто простоюють та лише потребують витрат на їх утримання у справному технічному стані. Тому надлишкову мережу доцільно скоротити;

малодіяльні вантажні станції, за даними Укрзалізниці, навантажують / розвантажують лише 0,75 % обсягу вантажів української залізниці, що є дуже незначним, порівняно із загальними обсягами діяльності компанії з вантажних перевезень;

«Укрзалізниця» відчуває брак тягового рухомого складу (зокрема, тепловозів, оскільки малодіяльні вантажні станції найчастіше розташовані на неелектрофікованих гілках мережі), через нестачу якого часто немає можливості забезпечити вчасний вивіз невеликої кількості навантажених вагонів, формування потягів і відправку вантажів відповідно до заявок вантажовідправників;

питомі операційні витрати в розрахунку на 1 т вантажів по обслуговуванню малодіяльних станцій вищі, ніж у середньому по мережі і ніж на великих станціях;

майже половина української залізничної мережі перевозить лише 2 % вантажів, а тому доходи, отримані від перевезення цих вантажів, недостатні для утримання такої значної розгалуженої мережі та не забезпечують покриття витрат на її утримання, що робить обґрунтованим рішення про оптимізацію залізничної мережі шляхом її скорочення.

Такі міркування виглядають логічними та обґрунтованими з точки зору керівництва АТ «Укрзалізниця», проте вони не враховують інтереси інших учасників перевізного процесу. Такими учасниками є колективи працівників малодіяльних станцій, органи регіональної влади,

пасажири, вантажовласники, малий та середній бізнес, фермери, населення містечок, де розташована така станція. Не слід забувати і про роль залізничного транспорту у забезпеченості рівня зайнятості, вплив на формування активності малого бізнесу, соціальний клімат у регіонах, де часто залізнична станція є єдиним стабільно працюючим підприємством, що забезпечує відносну соціальну стабільність на місцевому рівні.

На нашу думку, негативним результатом закриття малодіяльних станцій буде:

закриття підприємств малого, а іноді і середнього бізнесу, тому що вони не витримають конкуренцію за відсутності залізничних комунікацій;

збільшення безробіття у невеликих містечках і селах навкруги; включаючи безробіття працівників станції;

прискориться стагнація і погіршиться рівень соціально-економічного розвитку регіонів навколо станцій;

бюджети регіональних ОТГ недоотримають доходних надходжень, що призведе до невиконання бюджетних програм та неспроможності виконувати освітні і медичні проекти на місцевому рівні;

знизиться рівень соціального захисту населення і погіршаться умови його проживання.

Як ми бачимо, негативних наслідків закриття малодіяльних залізничних станцій більше, ніж достатньо. А впровадження такого рішення зумовить посилення депресивного стану багатьох регіонів України, буде стримувати їх позитивний розвиток. Тобто, оптимізація мережі залізничних шляхів є питанням державної ваги, і приймати рішення щодо закриття малодіяльних станцій залізничного транспорту України треба по кожній такій станції у взаємодії «Укрзалізниці» з місцевими органами влади, територіальними громадами та іншими суб'єктами перевізного процесу, включаючи бізнесові структури. Треба знаходити консенсус у вирішенні таких питань, проводити комплексний аналіз всіх наслідків прийняття такого рішення.

При цьому при прийнятті рішення слід враховувати не тільки сьгоднішні показники навантажень та фінансово-економічний стан малодіяльних станцій, але й враховувати перспективи їх функціонування, орієнтуватись на роль станцій у забезпеченні розвитку всього регіону. Потрібно, щоб учасники процесу перевезень, які дотичні до роботи малодіяльної станції, погоджували рішення про її закриття між собою і використовували усі можливості для збереження і розвитку діючої мережі залізничної інфраструктури «Укрзалізниці».

Зрозуміло, що основою повернення малодіяльних станцій до нормальної роботи та виведення залізничної станції з переліку малодіяльних є збільшення обсягу навантажень цими станціями, але треба також використовувати всі механізми компенсації їх збитків. Такими механізмами компенсації збитків при роботі малодіяльних збиткових станцій можуть бути:

компенсація збитків за рахунок місцевих бюджетів;

компенсації (відшкодування) за перевезення пільгових категорій пасажирів та ліквідація боргів перед Укрзалізницею по таким відшкодуванням;

повернення Укрзалізниці сплаченого податку на землю, яку використовує малодіяльна станція і який був сплачений «Укрзалізницею» до місцевого бюджету;

створення компенсаційного фонду, який підтримував би фінансування діяльності малодіяльної станції тощо [14].

Доцільно ввести додатковий критерій визначення малодіяльної залізничної станції по фінансових результатах її роботи. Цей критерій – прибутковість станції. Якщо згідно з критерієм обсягу перевезень станція може вважатися малодіяльною (тобто, середньодобове загальне навантаження та вивантаження вагонів по станції нижче аналогічного середнього показника усіх вантажних станцій в цілому по АТ «Укрзалізниця» та становить менше 10 % від нього), але станція не є збитковою, закрити її недоцільно.

Приймаючи рішення про закриття станції, що визнана малодіяльною, слід також врахувати відповідність реалізації такої дії нормам Закону України «Про захист економічної конкуренції», а саме, ст. 13 «Зловживання монополієм (домінуючим) становищем на ринку», оскільки відмова «Укрзалізниці» у перевезенні вантажів зі станції або на станцію може безпосередньо негативно впливати на умови діяльності підприємств, що орієнтовані у своїй господарській діяльності на місцеві станції (як правило, це фермери, елеватори, інші сільськогосподарські підприємства, для обслуговування діяльності яких і були побудовані ці станції). Відмова «Укрзалізниці», що є монополістом у наданні послуг з перевезення щодо таких підприємств суттєво погіршує для них умови економічної діяльності та робить неконкурентоспроможними.

Нами була розроблена схема (рис. 1) прийняття рішень по закриттю малодіяльних залізничних станцій, в якій враховано прогнози основних показників роботи малодіяльних станцій, можливості покращення її роботи, задіяний критерій прийняття рішення про закриття залізничної станції по фінансовому результату діяльності цієї станції.

Як показано на рис. 1, рішення щодо перспектив подальшого розвитку чи закриття малодіяльної станції приймається на перемовинах усіх заінтересованих сторін (колективу працівників малодіяльної станції, представників місцевої влади, вантажовласників, представників бізнесу, фермерів, інших стейкхолдерів) після комплексного аналізу роботи цієї малодіяльної залізничної станції із врахуванням усіх параметрів її діяльності, стратегії розвитку регіону, який обслуговує ця станція, та оцінки можливостей її розвитку.

Запропонований нами методичний підхід не вступає у протиріччя з розробленим «Укрзалізницею» порядком визначення малодіяльних збиткових вантажних станцій, а навпаки – базується на ньому та є його продовженням, оскільки одним з розділів «Порядку проведення рейтинг-аналізу діяльності вантажних станцій АТ «Укрзалізниця»» є визначення складу і розміру доходів і витрат вантажних станцій з метою визначення її прибутковості / збитковості».

Так, визначено, що доходи вантажних станцій формуються з початкових та кінцевих операцій на перевезення (по тарифу), додаткових зборів, доходів станції за додаткові послуги, доходних надходжень від експортно-імпортних операцій, додаткових зборів за роботи і послуги, що нараховуються за вільними тарифами та інших доходів, пов'язаних з діяльністю станції. Доходи за початково-кінцеві операції тарифу визначаються за розрахунковими формулами.

Перелік усіх інших додаткових зборів, доходів і доходних надходжень наведено у додатках до «Порядку». [10]. Зазначена методика також передбачає врахування «Показника падіння (ріст) навантаження та вивантаження».

До загальних витрат вантажної станції відносять:

- витрати на оплату праці та нарахування на заробітну плату;
- витрати на матеріали; витрати на електроенергію, в т. ч. для освітлення службових приміщень та території станції;
- витрати на паливо, в т. ч. для опалення службових приміщень;
- амортизацію основних засобів станції;
- інші витрати, пов'язані з утриманням станційного господарства;
- витрати на утримання станційної інфраструктури визначаються, (виходячи з одичних питомих витрат на використання 1 км станційної інфраструктури протягом години, виходячи з кількості годин та розгорнутої довжини станційних колій);
- витрати на роботу маневрових локомотивів у межах станції (виходячи з одиничних питомих витрат роботи маневрового тепловоза (електровоза) вантажного руху (у грн за годину) та загальних годин роботи маневрових локомотивів.

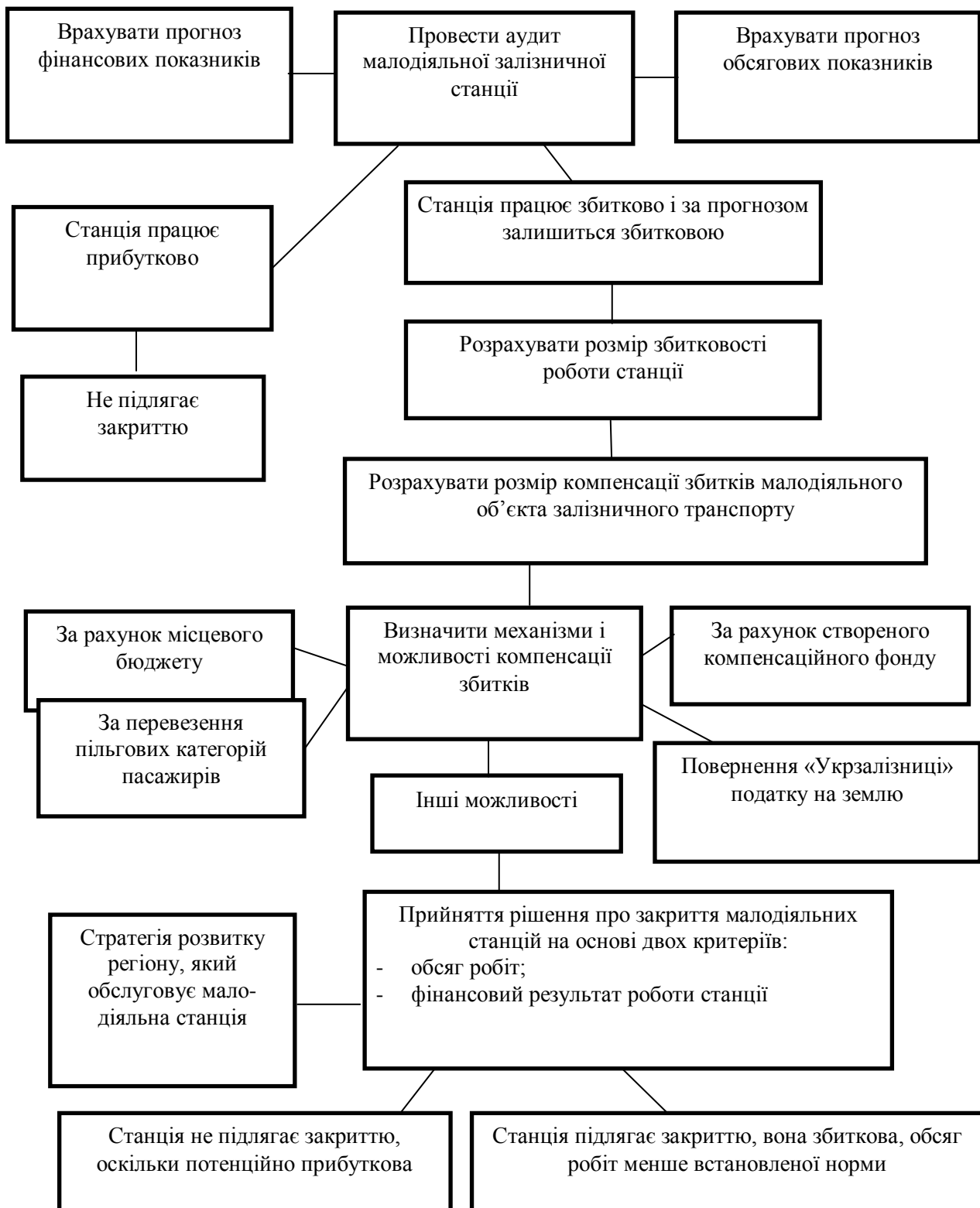


Рис. 1. Схема прийняття рішення щодо закриття малодіяльної залізничної станції

Джерело: розробка авторів

Визначення фінансового результату роботи станції проводиться співставленням розрахункових доходів і загальних витрат вантажної станції.

Малодіяльною збитковою вантажною станцією визнається станція, яка відповідає критерію малодіяльності та за результатами фінансово-господарської діяльності якої витрати на її утримання та експлуатацію перевищують доходи, що отримані за відповідний період [11].

Таким чином, запропонований нами методичний підхід базується на вивченні поточних обсягів роботи і фінансово-економічних (розрахункових) показників роботи станції, але також враховує й стратегічні напрями розвитку регіону в цілому та «Укрзалізниця».

Висновки та пропозиції. Такий підхід до прийняття рішень про закриття малодіяльних станцій залізничного транспорту України є теоретично і практично обґрунтованим, що дозволить мінімізувати негативні наслідки закриття таких станцій. Якоюсь мірою цей метод був застосований у 2019 р. при закритті 9 станцій, по яких було погоджено таке рішення. При цьому збільшується час на проведення заходів по закриттю малодіяльних станцій, але мінімізуються незворотні втрати. Реалізація цього підходу привела до того, що у другому півріччі 2019 р. «Укрзалізниця» вивела з переліку 53 малодіяльні станції і повернула їх до нормального, а деякі, – до оптимального функціонування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Транспорт. Економічна статистика. Статистичний щорічник України за 2018 рік. Державна служба статистики України. Житомир: ТОВ «Бук-друку», 2019. С. 355-359.
2. Манчук А. Как убьют «Укрзалізницю»: массовые увольнения и на сто процентов изношенный состав. URL: <https://ukraina.ru/exclusive/20191031/1025524812.html> (дата звернення 20.12.2019)
3. Платонов А. Ю. Транзитний потенціал України та стримуючі фактори розвитку міжнародних вантажних перевезень. *Ефективна економіка*, 2017, № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5943> (дата звернення 20.12.2019)
4. Пасічник А. М., Клен О. М., Мірошніченко С. В. Аналіз та оцінка ефективності використання транзитного потенціалу української транспортної системи. *Електромагнітна сумісність та безпека на залізничному транспорті*, 2016, № 12. С. 88-97. URL: <file:///C:/Users/Home/AppData/Local/Temp/107470-227872-1-PB.pdf> (дата звернення 22.12.2019)
5. Мірошніченко А. Транзитний потенціал: профукаємо чи ні? *Вечерние вести*, № 83. 22.01.2019. С. 5.
6. Соколова М. Железная дорога, работающая на износ. *Медиа-курьер в Украине*, 7-13 августа 2019 г., С. 7.
7. Мельник В. Полный износ украинской железной дороги. – Бизнес Цензор. Транспорт. URL: https://biz.censor.net.ua/resonance/3031893/polnyyi_iznos_ukrainskoyi_jeleznoyi_dorogi (дата звернення 22.12.2019)
8. Консолідована фінансова звітність ПАТ «Укрзалізниця», складена за МСФЗ. Фінансові показники / показники основної діяльності. Для інвесторів. Офіційний веб-сайт АТ «Укрзалізниця». URL: https://www.uz.gov.ua/about/investors/financial_statements/kfz_msfz/ (дата звернення 10.01.2020)
9. Кравцов рассказал о рекордной прибыли Укрзалізниця за 2019 год. *Экономическая правда*, 23.01.2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/news/2020/01/23/656192/> (дата звернення 25.01.2020)
10. Порядок проведення рейтинг-аналізу діяльності вантажних станцій АТ «Укрзалізниця». Затверджено на засіданні правління АТ «Укрзалізниця» від 18. 12. 2018 р. URL: https://www.uz.gov.ua/files/file/Порядок_малодіяльні_станції.pdf (дата звернення 25.01.2020)
11. Шахов О. Чи насправді 301 залізнична станція малодіяльна та збиткова? / Агропортал, 13. 03. 2019. URL: <https://agroportal.ua/ua/views/blogs/deistvitelno-li-301-zheleznodorozhnaya-stantsiya-malodeyatelnaya-i-ubytochnaya/> (дата звернення 25.01.2020)
12. Вінокуров Я. Укрзалізниця може закрити понад 300 вантажних станцій. *Економіка. Громадске*. 28.02/2019. URL: <https://hromadske.ua/posts/ukrzaliznitsya-mozhe-zakriti-ponad-300-vantazhnih-stancij>. (дата звернення 25.01.2020)
13. Ткачов В. Як АТ «Укрзалізниця» пиляє гілку, на якій сидить / *Укрінформ. Економіка*. 04.12.2019. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2830750-ak-at-ukrzaliznica-pilae-gilku-na-akij-sidit.html> (дата звернення 20.12.2019)
14. Укрзалізниця спільно з міністерствами, ОДА та ОТГ розробляє механізм виводу залізничних станцій з переліку малодіяльних. / Офіційний веб-сайт Укрзалізниця. Прес-центр. Актуальна тема. 13.02.2020. URL: https://www.uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/512154/ (дата звернення 20.12.2019)

REFERENCES

1. "Transport. Ekonomichna statystyka" [Transportation. Economic Statistics] (2019). Statistical Yearbook of Ukraine for 2018. State Statistics Service of Ukraine. Zhytomyr, Book-printing LLC, P. 355-359.
2. Manchuk A. "How to kill "Ukrzaliznytsya": mass layoffs and one hundred percent worn out staff", available at: <https://ukraina.ru/exclusive/20191031/1025524812.html> (Accessed 20 December 2019)
3. Platonov A. Yu. (2017). "Tranzytnyi potentsial Ukrainy ta stryumuichi factory rozvytku mizhnarodnykh vantazhnykh perevezen" [Transit potential of Ukraine and restraining factors for the development of international freight]. "Effective Economics" Electronic Edition, 2017, vol. 12, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5943> (Accessed 20 December 2019)
4. Pasichnyk A. M., Klen O. M., Mirosnichenko S. V. (2016). "Analiz ta otsinka efektyvnosti vykorystannia tranzytnoho potentsialu ukrainskoi transportnoi systemy" [Analysis and evaluation of the efficiency of using the transit potential of the Ukrainian transport system], "Electromagnetic compatibility and safety in rail transport" Scientific Bulletin, 2016, No. 12., P. 88-97. Available at: <file:///C:/Users/Home/AppData/Local/Temp/107470-227872-1-PB.pdf> (Accessed 22 December 2019)
5. Mirosnichenko A. (2019) "Tranzytnyi potentsial: profukaiemo chy ni?" [Transit potential: will we lose or not?] Evening News Newspaper, No. 83. 01/22/2019, P. 5.
6. Sokolova M. (2019) "Zheleznaya doroga, robotayushaya na iznos" [Railroad, working for wearout] "Media courier in Ukraine" Newspaper, August, 7-13, 2019, p. 7.
7. Melnik V. "Polnyj iznos ukrainskoj zheleznoj dorogi" [Full deterioration of the Ukrainian railway], Edition Business Censor, Transport., available at: https://biz.censor.net.ua/resonance/3031893/polnyi_iznos_ukrainskoyi_jeleznoyi_dorogi (Accessed 22 December 2019)
8. Consolidated financial statements of JSC "Ukrzaliznytsya" prepared under IFRS. Financial indicators / performance indicators / For investors. Official website of JSC "Ukrzaliznytsya", available at: https://www.uz.gov.ua/about/investors/financial_statements/kfz_msf/ (Accessed 10 January 2020)
9. "Kravtsov rasskazal o rekordnoj pribyli Ukrzaliznytsi za 2019 god" [Kravtsov told about Ukrzaliznytsia's record profit for 2019] "Ekonomicheskaya pravda" [Economic truth] Ed., 01/23/2020, available at: <https://www.epravda.com.ua/rus/news/2020/01/23/656192/> (Accessed 25 January 2020)
10. The procedure of rating analysis of cargo stations of JSC "Ukrzaliznytsia". (2018) Approved at the meeting of the board of JSC "Ukrzaliznytsia" from 18. 12. 2018. Available at: https://www.uz.gov.ua/files/file/Порядок_малодіяльні_станції.pdf (Accessed 25 January 2020)
11. Shahov O. (2019) "Chy naspravdi 301 zaliznychna stantsiia malodiialna ta zbytkova" [Are 301 railway stations inactive and unprofitable?]. Ahroportal, 13. 03. 2019, available at: <https://agroportal.ua/ua/views/blogs/deistvitelno-li-301-zheleznodorozhnaya-stantsiya-malodeyatelnaya-i-ubytochnaya/> (Accessed 25 January 2020)
12. Vinokurov Ya. (2019) "Ukrzaliznytsia mozhe zakryty ponad 300 vantazhnykh stantsii" [Ukrzaliznytsia may close more than 300 cargo stations], available at: <https://hromadske.ua/posts/ukrzaliznytsia-mozhe-zakryty-ponad-300-vantazhnykh-stancij>. (Accessed 25 January 2020)
13. Tkachov V. (2019) "Yak AT «Ukrzaliznytsia» pyliaie hilku, na yakii sydyt" [How JSC "Ukrzaliznytsya" saws the branch on which it sits]. Ukrinform. Economy. 04.12.2019. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2830750-ak-at-ukrzaliznytsia-pyliaie-gilku-na-akij-sidit.html> (Accessed 20 December 2019)
14. Ukrzaliznytsia, together with the ministries, the RSA and the OTG, develops a mechanism for the withdrawal of railway stations from the list of low-activity ones. / Ukrzaliznytsia Official Website. Press center. Hot topic. 13.02.2020. Available at: https://www.uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/512154/ (Accessed 20 December 2019).

Вячеслав Коба, д.э.н., проф.

*(профессор каф. «Менеджмент, публичное управление и администрирование»,
Государственный университет инфраструктуры и технологий)*

Елена Пилипенко, к.э.н., доц.

*(доцент каф. «Экономика, маркетинг и бизнес-администрирования», Государственный
университет инфраструктуры и технологий)*

ORCID ID 0000-0003-3096-2377

Иван Александрович Полевик,

аспирант Государственного университета инфраструктуры и технологий

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРИНЯТИЮ РЕШЕНИЙ О ЗАКРЫТИИ МАЛОДЕЯТЕЛЬНЫХ СТАНЦИЙ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА УКРАИНЫ

В статье на основе анализа основных показателей деятельности АО «Украинская железная дорога» за период 2000-2018 гг. доказано, что компания находится в состоянии глубокого кризиса. Это заставило руководство «Укрзалізниця» принимать неотложные антикризисные меры по сокращению операционных расходов. Одной из мер сокращения расходов было избрано закрытие малодетельных железнодорожных станций. Однако руководство компании подошло к решению этого вопроса только с позиций корпоративных интересов, не учитывая интересы других участников перевозочного процесса: коллектива работников малодетельных станций, органов региональной власти, пассажиров, грузоотправителей, фермеров, предпринимателей и других стейкхолдеров. Приведены аргументы в пользу решения о закрытии малодетельных грузовых станций, рассмотрены возможные негативные последствия принятия такого решения и проанализированы инструктивные документы, разработанные АО «Укрзалізниця» в рамках подготовки к закрытию малодетельных станций. В статье предложен комплексный методический подход к принятию решений о закрытии малодетельных железнодорожных станций, который базируется на показателях текущей хозяйственной деятельности и финансовых результатах, а также, учитывает интересы всех заинтересованных сторон, возможные альтернативы и стратегические вызовы развития регионов. На основе предложенного подхода разработана схема принятия решений о закрытии малодетельных железнодорожных станций с учетом интересов всех сторон и возможных альтернатив.

Ключевые слова: малодетельный железнодорожная станция, АО «Укрзалізниця», прибыль, закрытие, комплексный методический подход, критерии, принятие решений.

Vyacheslav Koba, Doctor of Economics, prof.

(Professor, Department of Management, Public Administration and Administration, State University of Infrastructure and Technology)

Olena Pylypenko, Ph.D., Assoc. Prof.

(Associate Professor, Department of Economics, Marketing and Business Administration, State University of Infrastructure and Technology)

Ivan Polovyk, PhD student, State University of Infrastructure and Technology, Kyiv

METHODICAL APPROACHES TO THE DECISION ON THE CLOSURE OF THE UKRAINIAN LOW-ACTIVITY RAILWAY STATION

The article shows that JSC “Ukrainian Railways” is in a state of deep crisis, the causes of which are the reduction of transit traffic, corruption of state bodies, critical deterioration of the fixed assets of railway transport of Ukraine. This conclusion based on the analysis of the main indicators of the activity of the company for the period 2000-2018. This forced management of “Ukrzaliznytsia” to take urgent anti-crisis measures to reduce operating costs. One of the costs cutting measures was the closure of low-activity railway stations. However, the management of the company approached this issue only from the standpoint of corporate interests, not taking into account the interests of other participants in the transport process: a collective of employees of low-activity stations, regional authorities, passengers, shippers, farmers, entrepreneurs and other stakeholders. The arguments in favour of the decision on the closure of low-activity cargo stations are presented, the possible negative consequences of this decision are considered, and the guidance documents developed by JSC “Ukrzaliznytsia” in preparation for the closure of low-active stations are analyzed. The article proposes a comprehensive methodological approach to decision-making on the closure of low-active railway stations, which takes into account the current economic performance and financial results, provides consideration of interests of all interested parties, possible alternatives and strategic challenges for the development of regions. It is proposed to introduce an additional criterion of efficiency of freight train station activity – profitability of the station. Based on the proposed approach, a decision-making scheme for the closure of low-activity railway stations has been developed, taking into account the interests of all parties and possible alternatives. Along with the recovery of the volume of loads, it is proposed to use mechanisms of compensation of losses of low-active stations, such as compensation of losses at the expense of local budgets; compensation for transportation of privileged categories of passengers and liquidation of debts to “Ukrzaliznytsia” for such compensation; return of the land tax paid by “Ukrzaliznytsia”; the creation of a compensation fund to support the financing of the low-activity station.

Keywords: *low-activity railway station, JSC “Ukrainian railways”, profit, closure, complex methodical approach, criteria, decision making.*

Василь Копитко, д.е.н, проф.

(декан факультету Львівської філії Дніпровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна)

ORCID ID 0000-0003-2457-1505

Ольга Копитко, к.е.н.

(старший викладач, Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького)

ORCID ID 0000-0001-8788-3464

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ НА КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Цифровізація економіки впливає на забезпечення конкурентних переваги інноваційного розвитку держав. У їх вирішенні важливе місце належить системі освіти, роботодавцям, державним і регіональним органам управління. Новим етапом соціально-економічного розвитку держави повинна стати концепція підтримки формування і розвитку кадрового потенціалу, як пріоритетного завдання країни, де висококваліфіковані кадри стають основним критерієм ефективності управління держави, а комплекс заходів здійснюється державою для стимулювання розвитку економіки і підтримки кадрового потенціалу. Для цього необхідно забезпечити в рамках цифрової кадрової концепції АТ «Укрзалізниця» та її регіональних філій реалізацію таких механізмів: прогнозування потреби в кадрах по перспективних і затребуваних професіях, практико-орієнтованої (дуальної) освіти, підготовки інженерних кадрів для високотехнологічних виробництв, незалежної оцінки якості підготовки кадрів, моніторингу працевлаштування випускників.

Ключові слова: цифрова економіка, підготовка кадрів, перепідготовка кадрів, залізничний транспорт, система освіти, роботодавці, людський капітал, державні органи управління.

Постановка проблеми. В сучасних умовах світової глобалізації розвиток цифрової економіки (ЦЕ), який став вимогою глобалізації, спричинив чергову промислову революцію. Цифровізація економіки має значний вплив на всі соціально-економічні процеси в цілому. З глобалізацією і активним розвитком інноваційних технологій, таких, як блокчейн, штучний інтелект, цифрова економіка стала невід'ємною складовою світової та національної економіки. Цифровізація економіки передбачає розвивати національний ІТ-сектор, стимулювати створення і впровадження інноваційних технологій в усі галузі економіки держави. В даний час головними завданнями розвитку економіки є як забезпечення зростання ВВП, так і вирішення соціальних проблем. Цього можна домогтися на основі формування нової економічної моделі, що забезпечує стимулювання розвитку цифрової економіки. Для підприємств залізничного транспорту України, в рамках новоствореного АТ

© Копитко В., Копитко О., 2020

«Укрзалізниця» цифровізація дозволить кардинально змінити якість кадрового потенціалу, забезпечивши при цьому входження у транспортну систему ЄС, підтверджує актуальність вибору теми статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку цифровізації економіки розглядали у наукових працях такі вчені, як Войнаренко М.П. [1], Коляденко С.В. [3] Тертичний Я.С. [4], Апалькова В.В. [5], Терещенко Ю.М. [6], Жекало Г.І. [7], Кіреєв Д.Б. [8], Карчева Г.Т., Огородня Д.В., Опенько В.А. [9], Загарій В.К., Ковальчук Т.Г., Синільник В.В.[11], Піжук О.І. [12], Войтов І.М., Токмакова І.В., Чередниченко О.Ю., Паламарчук Я.С. [13], Покусаєв О. Н. [14] та інших. Поряд з теоретичним і практичним внеском вчених в вирішення проблем залізничного транспорту України потребує більш детального вивчення питання цифровізації в контексті кадрового забезпечення підприємств залізничного транспорту системою освіти, роботодавцем та державними органами управління.

Мета статті полягає у забезпеченні напрямів впливу цифровізації економіки на кадрове забезпечення підприємств залізничного транспорту АТ «Укрзалізниця» як одного із чинників забезпечивши його входження у транспортну систему ЄС, де важливе місце належить системі освіти, організаціям-роботодавцям і державним і регіональним органам управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основна ідея стратегії розвитку, орієнтованої на реалізацію цифрової економіки, полягає у випереджаючому становленні базових виробництв нового технологічного укладу. Для розвитку цифрової економіки потрібно розвивати національний ІТ-сектор, стимулювати створення і впровадження інноваційних технологій в усі виробничі, економічні і соціальні галузі країни. Якщо ж більш детально означити сьогоденний економічний напрям – це неоекономіка, що зароджується за визначенням [1, с. 18], і трактується як постіндустріальна стадія розвитку економічної системи, фундаментальними теоретичними конструкціями якої є інформаційна, інноваційна, цифрова, мережева економіка. Розмежування цих концепцій ґрунтується на виділенні ключових сфер та ресурсів економічного розвитку.

Бостонська консалтингова група (The Boston Consulting Group) прогнозує, що обсяг цифрової економіки до 2035 р. може досягнути 16 трлн дол. Ліва частина цієї вартості виробляється в найбільших економіках світу: 35% – у США, 13 – у Китаї, 8 – в Японії та близько 25% – у європейському економічному просторі. Глобальна цифрова економіка швидко зростає і постійно розвивається. Вона зростала в 2,5 рази швидше, ніж глобальний ВВП за останні 15 років, і майже вдвічі – з 2000 р. [2]. Для розвитку цифрової економіки потрібно розвивати національний ІТ-сектор, стимулювати створення і впровадження інноваційних технологій в усі соціальні та економічні сфери діяльності як в національному масштабі, так і на рівні регіонів. Забезпечення технологічного та економічного прориву неможливе без вирішення таких завдань, як зростання обсягів виробництва і рівня розвитку кадрового потенціалу.

Можна констатувати, що кадри стають основою економічного розвитку підприємств в умовах цифровізації економіки. Основним фактором розвитку кадрового потенціалу є система освіти, і в Україні для підготовки фахівців залізничної галузі її представляють Дніпровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна (ДНУЗТ), Український державний університет залізничного транспорту (УДУЗТ), Державний університет інфраструктури та технологій (ДУІТ), професійні коледжі та заклади профтехосвіти. На думку керівництва Федерації залізничників України [6] спостерігається невідповідність набутих випускниками в процесі навчання професійних компетенцій зростаючим вимогам високотехнологічних процесів. Проблеми в сфері підготовки кадрів полягають в тому, що вища школа, професійна фахова передвища освіта (професійні коледжі) та професійно-технічна освіта розвиваються самі по собі незалежно одна від одної. В подальшому професійні коледжі переходять на фінансування місцевих бюджетів, тому вже на

нинішньому етапі відсутня узгоджена цілеспрямована і чітко орієнтована робота з підготовки дійсно необхідних для галузі висококваліфікованих фахівців внаслідок чого впливає низка інших проблем, які заважають вирішенню поставленої задачі.

Мова йде про те [3, с. 107], що в кінці 20-го сторіччя в світі стало зрозуміло, що стара економічна модель зі всіма своїми недоліками поступається місцем більш досконалій цифровій економіці. Тому при реалізації діючих законів і постанов сучасними методами управління далеко не завжди можна враховувати значні відмінності в економічному розвитку як галузі, так і підприємств залізничного транспорту в регіональних філіях АТ «Укрзалізниця». Саме з цих причин важливо вибудувати пріоритети розвитку цих підприємств ефективно використовувати їх ресурсний потенціал. Тому аналіз зарубіжного досвіду вирішення такого роду завдань викликає певний інтерес і з'являється можливість використовувати його у вітчизняній практиці.

Як приклад, майже 9 з 10 підприємств з високим рівнем доходу ОЕСР (Організація економічного співробітництва і розвитку) країн мали широкосмугове підключення до Інтернету в 2010-14 рр., в порівнянні з 7-ма для країн із середнім рівнем доходу і 4-ма з низьким рівнем доходу країни [4, с. 365]. Якщо порівняти заклади вищої освіти (ЗВО) залізничного спрямування щодо забезпечення випуску фахівців здатними забезпечити впровадження інформаційних та комп'ютерних технологій то можна зазначити таке: немає обґрунтованого прогнозування ринку праці; міграційні процеси нівелюють потреби ринку праці; недостатній рівень компетенцій у викладачів; застосування застарілих форм навчання; відсутність узгодження освітніх програм з потребами роботодавців. З боку АТ «Укрзалізниця» (основного роботодавця): недостатній рівень оплати праці; відсутні економічні регулятори, що впливають на кваліфікацію потенційних працівників; відсутність якісних характеристик затребуваності кадрів.

Оскільки, «цифрова економіка є найважливішим двигуном інновацій, конкурентоспроможності й економічного розвитку» [5, с. 13], збалансовану інформаційну взаємодію між органами державного і регіонального управління, системою освіти і організаціями-роботодавцями в умовах цифрової економіки є неодмінною умовою стабільного соціально-економічного розвитку держави та регіонів. Потреба випускників підприємств залізничного транспорту, організаціями-роботодавцями інших галузей економіки в рамках цифрового середовища є однією з першочергових сучасних державних проблем, вирішення якої знаходиться в розробці нових інформаційних технологій, а також використання передових інформаційних систем.

Тут необхідно більш продуктивну співпрацю ЗВО, роботодавців, державних органів влади для формування висококваліфікованого кадрового потенціалу в необхідних обсягах, враховуючи такі аспекти: кількість, якість і структура підготовки випускників. Слід зауважити, що кадровий потенціал є ресурсом, і товаром на ринку праці, тому для залізничного транспорту слід розглянути його поєднання з ринком праці. Система освіти впливає на задоволення попиту на ринку праці, однак не всі компетенції, отримані в ЗВО, задовольняють потреби залізничної галузі. Причиною тому є застарілість матеріально-технічної бази ЗВО та їх структурних підрозділах, а українські приватні ІТ-компанії можуть дозволити собі найсучасніше обладнання, то підприємства залізничного транспорту потенційні покупці їхніх транспортних послуг в Україні обмежені як у техніці, так і у фінансах. Справедливо автор [7, с. 58] стверджує, що це низький рівень державної підтримки модернізації основних засобів визначених щодо гармонізації цифрових ринків документом «20 очікуваних досягнень Східного партнерства до 2020 р.», брак узгодженого стратегічного підходу до формування політик у напрямі гармонізації цифрових ринків з ЄС.

Систему підготовки кадрів АТ «Українська залізниця» доцільно спрямувати на такі основні напрями: підготовка молодших бакалаврів, бакалаврів, магістрів та перепідготовка

працюючих працівників. Тут доцільно на найближчу перспективу передбачити ефективну на макро- і мезорівнях систему взаємодії освіти і ринку праці, що включає виявлення і підтримку талантів в областях математики та інформатики, підготовку висококваліфікованих кадрів, що відповідають новим вимогам до ключових компетенцій цифрової економіки, реалізацію програм перепідготовки по затребуваних професіях в умовах цифрової економіки, а також реалізація перспективних освітніх проектів. Це дозволить на думку автора [8, с. 41] певною мірою подолати низьку технологічну освіченість, доступність не для всіх громадян переваг та можливостей цифрового світу, територіальну цифрову нерівність (сільське населення, особи з низьким рівнем доходу та старші вікові групи більш обмежені в доступі до мережі Інтернет), внаслідок незначна частка інновацій у цифрову економіку (тільки 17% українських виробництв використовують інновації, тоді як у ЄС такий показник сягає 49%).

Для України саме масова цифровізація має стати пріоритетним напрямом розвитку. У 2017 р. в українській ІТ-галузі спостерігалася стабільне зростання. Обсяг експорту зріс на 20% порівняно з 2016 р., тобто з \$3 млрд до \$3,6 млрд, а в 2018 р. – вже \$4,5 млрд. За даними асоціації «ІТ-Україна», до 2025 р. передбачають зростання обсягу експорту ІТ-послуг майже в два рази [9, с. 19]. Тому доцільно розробити концептуальну модель взаємодії в умовах цифровізації систему підготовки кадрів для АТ «Укрзалізниця» та її регіональних філій, що передбачає інтеграцію трьох основних елементів (система освіти, організації-роботодавці і органи державного і регіонального управління) на базі цифрової кадрової концепції, яка дозволить ефективно управляти попитом і пропозицією на ринках праці та освіти, а також синхронізувати інформаційні потоки та усунути цифрову нерівність в структурі кадрового забезпечення.

Слід відмітити, що для держав четвертої групи «перспективних країн», що складаються з колишніх соціалістичних країн Європи, індекс людського розвитку буде зростати зі збільшенням ВВП на душу населення. Останнє також дуже впливає на рівень освіти [10, с. 95]. Саме сьогодні ми маємо унікальну можливість зробити «цифровий стрибок» у головних сферах економіки [11, с. 67]. Тому виникає необхідність системної взаємодії органів державного та регіонального управління, системи освіти і організацій-роботодавців для забезпечення прямої залежності попиту і пропозиції на регіональному ринку вищої освіти від кон'юнктури ринку праці, яка знаходиться в основі їх збалансованого розвитку.

Водночас варто пам'ятати про те, що цифровізація економіки – це також питання національної безпеки та незалежності України, конкуренції вітчизняних компаній та позиції країни на світовій арені [12, с. 82]. Поряд з цим слід враховувати, що нині цифрові перетворення є бізнес-стратегією, реалізація якої можлива на основі партнерства і колаборацій при розбудові цифрових платформ, розвитку цифрових компетенцій і культури персоналу, впровадження цифрових інструментів підвищення якості управління та трансформації організаційної структури підприємств залізничного транспорту відповідно до цифрових змін в основних і забезпечувальних бізнес-процесах [13, с. 132]. Відповідно до завдань потрібно провести моніторинг впливу цифрової економіки в кваліфікаційних вимогах до працівників, тобто система вищої, передвищої та професійної освіти повинна працювати в інтересах адаптації громадян до умов цифрової економіки та підготовки компетентних фахівців для цифрової економіки.

Освітні організації та організації-роботодавці є основними драйверами розвитку регіональної території в рамках формування цифрової економіки, відповідальними за формування кадрового потенціалу, економічні результати і якість життя в регіонах де функціонують регіональні філії АТ «Укрзалізниця». Для цього необхідно забезпечити в рамках цифрової кадрової концепції АТ «Укрзалізниця» та її регіональних філій реалізацію таких механізмів: прогнозування потреби в кадрах по перспективних і затребуваних професіях, практично-орієнтованого (дуального) рівня освіти, підготовки кадрів для

високотехнологічних виробництв, незалежної оцінки якості підготовки кадрів, моніторингу працевлаштування випускників.

Крім того, що на ринку праці формується попит на висококваліфіковану робочу силу існує ще низка соціально-економічних проблем, і держава, яка зорієнтована на сталий розвиток економіки знань, має відводити пріоритетне місце процесам відтворення якісного кадрового потенціалу. На думку аналітиків, переведення коледжів на фінансування з місцевих бюджетів призведе до того, що місцеві органи влади не будуть зацікавлені зберегти ті навчальні заклади, які готують фахівців для залізничних підприємств. Тому доцільно залишити об'єднання навчальних закладів різних рівнів акредитації. Це дозволить: зберегти фінансування навчальних закладів із державного бюджету; забезпечити безперервність навчання в т.ч. перепідготовки фахівців відповідно до потреб галузевих підприємств; забезпечити взаємозв'язок навчальних програм з підготовки бакалаврів і магістрів; оптимізувати процедуру відбору бакалаврів для продовження їх навчання; використовувати єдину матеріальну базу; організувати на робочих місцях виробничу практику з надання базових професійних навичок для осіб, які отримують освіту; забезпечити єдину систему підвищення кваліфікації викладацьких кадрів.

Інформаційні технології в АТ «Укрзалізниця» нещодавно почали активно поширюватись на основні бізнес-процеси, що сприяє пришвидшенню темпів розвитку залізничної галузі. Так, за 2018 рік забезпечено продаж 55885651 проїзних документів на пасажирські поїзди далекого сполучення (інформація з офіційного веб-сайту Укрзалізниці), в т.ч. через електронні канали обслуговування (сайт booking.uz.gov.ua та агентська мережа) було реалізовано 27998033 квитків, що на 28% більше, ніж у попередньому році; в електронному форматі повністю оформлено 1079726 перевізних документів на вантажні перевезення у всіх видах сполучення, в т.ч. у внутрішньому сполученні укладено 525610 електронних документів на перевезення вантажів; в електронній картотеці зареєстровано 20375 клієнтів; за допомогою систем інформаційної безпеки своєчасно викрито і локалізовано понад 2,5 млн подій інформаційної та кібербезпеки; забезпечено повний перехід на внутрішній електронний документообіг; центром сертифікації ключів сформовано 36265 особистих ключів електронного цифрового підпису [14, с.96]. Як приклад, ці дані доцільно враховувати при розробці робочих програм дисциплін фундаментальної підготовки та фахового спрямування, адже на основі набутих в ході навчання студентами компетенцій, освітнім установам вдається сформувати кваліфікований кадровий ресурс для нової цифрової економіки і тим самим спрямувати її працювати в інтересах підготовки компетентних фахівців і адаптації випускників до умов цифрової економіки.

Новим етапом соціально-економічного розвитку нашої країни та її пріоритетним завданням має стати сучасна концепція, суть якої полягає у підтримці формування і розвитку людського капіталу, який слугує основним критерієм ефективності управління держави. На думку провідних аналітиків, яку ми цілком поділяємо, у XXI столітті стати світовими лідерами мають шанс ті країни, які раніше і краще за інші навчилися використовувати «людський капітал», тобто знання, вміння, компетенції людей, їх здатності до подальшого навчання. Неврахування зростання значимості фактора розвитку людського капіталу загрожує призвести до значних суспільних витрат і погіршенню добробуту людей, суттєво обмежує можливості сталого розвитку підприємств галузей національної економіки та ефективності управління ними. Потужний економічний розвиток країни сьогодні неможливий без інвестицій у своїх громадян, і цей очевидний факт становить серйозний виклик для нашої держави. Наразі Україна володіє суттєвим потенціалом розвитку людського капіталу. Задля розвитку і використання цього потенціалу головне завдання держави полягає в тому, щоб задіяти усі наявні інструменти, включаючи політичні, здійснити справжні інституційні перетворення у соціально-економічній сфері, спрямовуючи цей розвиток на благо національної економіки та українського суспільства [15, с. 5].

Активна позиція держави щодо розвитку людського капіталу забезпечить зростання інтелектуальної власності, науки, знань, культури, а показниками якісних зміни стануть: індекс розвитку людського потенціалу, людський капітал на душу населення, рівень і якість життя населення, що позитивно вплине на розвиток цифрової економіки. Україна посіла 88 позицію зі 189 країн і територій, які представлені в Доповіді про стан людського розвитку за 2019 рік, який ПРООН опублікувала сьогодні. Це відносить Україну до високої категорії людського розвитку зі значенням Індексу людського розвитку (ІЛР) 0,750. За період з 1990 до 2018 року значення ІЛР України збільшилося з 0,705 до 0,750, тобто на 6,3%. За цей самий період очікувана тривалість життя при народженні в Україні збільшилась на 2,1 років, середня кількість років навчання збільшилась на 2,2 роки, а очікувана кількість років навчання зросла на 2,7 років. Проте рівень життя, який вимірюється валовим національним продуктом (ВВП) на душу населення України, скоротився приблизно на 25,6 відсотки в період між 1990 та 2018 рр. [16].

Без проведення послідовної політики щодо підвищення якості людського капіталу в Україні мало шансів міцно зайняти передові позиції найбільших світових держав. Не можна не відзначити, що у зв'язку із створенням територіальних громад на сьогоднішній день все більше уваги набуває економічний розвиток політики регіонів країни, який зумовлений тим, що є відмінність в рівні життя населення України в різних регіонах: рівень доходів, міграційні процеси, зайнятість, інвестиційний клімат тощо.

Перевезення залізничним транспортом здійснюються регіональними філіями АТ «Укрзалізниця» і основною метою економічної політики має стати вдосконалення та підтримка соціально-економічного розвитку регіонів. Тут доцільно прийняти низку законів і постанов, спрямованих на вирішення актуальних проблем економічної політики регіонів. При реалізації діючих законів і постанов сучасними методами управління далеко не завжди можна враховувати значні відмінності в соціально-економічному розвитку регіону, територіальних природних умовах і розселення населення в цілому. Саме з цих причин неможливо вибудувати пріоритети розвитку територіальних громад і регіону, що не дозволяє ефективно використовувати його ресурсний потенціал, адже промислово розвинені країни взяли регіональну політику як комплекс заходів, що здійснюються державою для стимулювання розвитку економіки і його кадрового потенціалу.

Сучасна високорозвинена і цивілізована економіка відрізняється наявністю якісного людського капіталу, що включає в себе висококваліфіковану робочу силу без якої неможлива розробка нових технологій в масштабі залізничної галузі, країни, галузей і його формування є актуальною проблемою. Сучасний людський капітал розглядають як фактор виробничого і соціального розвитку суб'єкта в ролі якого виступає людина. Інвестиції в освіту і інформаційне забезпечення дозволяють сформуванню в людині необхідні знання та вміння для включення його в сучасний людський капітал країни.

Однією з проблем підготовки кадрів останнім часом стало також ставлення суспільства до існуючих рівнів освіти: абітурієнти сьогодні не бажають навчатися у профтехучилищах та коледжах, оскільки не сприймають таку освіту як базу для свого успішного майбутнього. Навчання у цих учбових закладах вважається у суспільстві як свідчення низької підготовки і нездатності вступити у вищі навчальні заклади в Україні та за її межами. Тому заклади ЗВО залізничного спрямування повинні забезпечувати як підготовку, так перепідготовку кадрів в новому цифровому середовищі і формувати нові ключові компетенції цифрової економіки. Крім того, отримуючи нові знання, людина постійно покращує свої інтелектуальні здібності, вміння, пам'ять, підвищує свою дисципліну, удосконалює особистісні якості характеру (працездатність, пунктуальність, організованість). Удосконалення підготовки фахівців для забезпечення фактичної потреби в них залізничної галузі можливе лише за активної, ретельної і безперервної взаємодії всіх зацікавлених сторін: служби кадрів залізниць,

студентів та викладачів при координації цього процесу з АТ «Укрзалізниця» та її структурних підрозділів.

Висновки та пропозиції. В даний час головними завданнями розвитку суспільства є як забезпечення економічного зростання, так і підвищення якості життя. Сучасна високорозвинена і цивілізована економіка відрізняється наявністю якісного людського капіталу, що включає в себе висококваліфіковану робочу силу без якої неможлива розробка нових технологій в масштабі залізничної галузі, країни, галузей і його формування є актуальною проблемою. Цього можна домогтися на основі формування нової економічної моделі, що забезпечує стимулювання розвитку цифрової економіки. У їх вирішенні важливе місце належить системі освіти, організаціям-роботодавцям, державним і регіональним органам управління. Для цього необхідно забезпечити в рамках цифрової кадрової концепції АТ «Укрзалізниця» та її регіональних філій реалізацію таких механізмів: прогнозування потреби в кадрах по перспективних і затребуваних професіях, практико-орієнтованої (дуальної) освіти, підготовки інженерних кадрів для високотехнологічних виробництв, незалежної оцінки якості підготовки кадрів, моніторингу працевлаштування випускників.

ЛІТЕРАТУРА

1. Войнаренко М. П., Скоробогата Л. В. Мережеві інструменти капіталізації інформаційно-інтелектуального потенціалу та інновацій. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 3. Т. 3. С. 18-24.
2. Цифрова економіка: як тобі служитимеся? URL: <https://dt.ua/macrolevel/cifrova-ekonomika-yak-tobi-sluzhitsya-326706.html>
3. Коляденко С.В. Цифрова економіка: Передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*, 2016, № 6, С. 105-112.
4. Тертичний Я.С. Детермінанти впливу цифрового бізнесу на глобальний економічний розвиток. *Економіка і організація управління*. № 4 (24) 2016, С. 383-368.
5. Апалькова В. В. Концепція розвитку цифрової економіки в Євросоюзі та перспективи України. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій*. 2015. № 4. С. 9-18.
6. Терещенко Ю.М. Проблеми підготовки фахівців для залізничного транспорту і шляхи їх вирішення. URL: <http://fzu.uz.gov.ua/ua/Problemipidgotovki-kadriv-dlya-zaliznichnoyi-galuzi.html>
7. Жекало Г. І. Цифрова економіка України: проблеми та перспективи розвитку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Випуск 26, частина 1. 2019, С. 56-60.
8. Кіреєв Д.Б. Розвиток цифрової економіки як елемент стратегії суспільного розвитку в Україні. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2019. Том 30(69). № 1. С. 38–44.
9. Карчева Г.Т., Огородня Д.В., Опенько В.А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір*. 2017. № 3 (27). С.13–21.
10. Churilova, E., Salin, V., Shpakovskaia, E., & Sitnikova, O. (2019). Influence of world social and economic indicators' interlinkage on the development of human potential. *Journal of International Studies*, 12(4), 79-99. doi:10.14254/2071-8330.2019/12-4/6
11. Загарій В.К., Ковальчук Т.Г., Синільник В.В. Пріоритетність розвитку цифрової економіки для України. *Приазовський економічний вісник (Класичний приватний університет)* Випуск 2(13). 2019, С. 64-68.
12. Піжук О.І. Цифрова трансформація економіки як основа формування її конкурентоспроможності. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. Випуск 6 (17). 2018, С. 79-83.
13. Токмакова І.В., Чередниченко О.Ю., Войтов І.М., Паламарчук Я.С. Цифрова трансформація залізничного транспорту як фактор його інноваційного розвитку. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. № 68, 2019, С.1 25-134.
14. Покусаев О. Н. Цифровая железная дорога Европы - от ERTMS до искусственного интеллекта / О. Н. Покусаев, А. А. Климов, В. П. Куприяновский, П. М. Морхат, Д. Е. Намиот // *International Journal of Open Information Technologies*. 2019. Vol. 7 No.7. С. 90-119.
15. Розвиток людського капіталу: на шляху до якісних реформ. Центр Разумкова: Видавництво Заповіт – 2018. 367 с. Режим доступу: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf
16. Україна посередині рейтингу в Доповіді ПРООН про стан людського розвитку за 2019 рік. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home /presscenter/pressreleases /2019 / ukraine-ranks-mid-table-in-undps-2019-human-development-report.html>

REFERENCES

1. Voynarenko M.P.(2015),“ Network tools for the capitalization of information and intellectual potential and innovation”. *Bulletin of the Khmelnytsky National University, Economic Sciences*. vol 3, pp. 18-24.
2. Digital Economy: How Do You Use It?, available at: [https://dt.ua/macrolevel / digital-economics-yak-tobi-sluzhitsya-326706.html](https://dt.ua/macrolevel/digital-economics-yak-tobi-sluzhitsya-326706.html) (Accessed 2 April 2020).
3. Kolyadenko S.V.(2016), “ Digital Economy: Preconditions and Stages of Formation in Ukraine and in the World”, *Economics. Finances. Management: Topical Issues of Science and Practice*, no 6, pp.105-112.
4. Tertichny Y.S. (2016) “ Determinants of the Impact of Digital Business on Global Economic Development”, *Economics and Management Organization* no. 4 (24) , pp.383-368.
5. Apalkova V.V.(2015). “ Concept of development of digital economy in the European Union and prospects of Ukraine”. *Bulletin of Dnipropetrovsk University. Series: Innovation Management* no 4, pp.9-18.
6. Tereshchenko Yu.M. (2018) “ Problems of training specialists for railway transport and ways of solving them”, available at: [http://fzu.uz.gov.ua /en/Problemipidgotovki-kadriv-dlya-zaliznichnoyi-galuzi.html](http://fzu.uz.gov.ua/en/Problemipidgotovki-kadriv-dlya-zaliznichnoyi-galuzi.html) (Accessed 2 April 2020).
7. Zhekalov G.I.(2019) “ Digital Economy of Ukraine: Problems and Prospects for Development”, *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University*. Vol 26, Part 1, pp.56-60.
8. Kireev D.B.(2019) “The development of the digital economy as an element of social development strategy in Ukraine”. *Scientific notes of TNU them. VI Vernadsky. Series: Public Administration*. vol 30 (69). no 1. pp. 38–44.
9. GT Karcheva, DV Ogorodnya, VA Openko. (2017) “The digital economy and its impact on the development of national and international economies”, *Financial space*. no. 3 (27). pp.13–21.
10. Churilova, E., Salin, V., Shpakovskaia, E., & Sitnikova, O. (2019). “ Influence of world social and economic indicators' interlinkage on the development of human potential”, *Journal of International Studies*, Vol 12 (4), pp.79-99
11. V.K. Zagariy, T.G. Kovalchuk, V.V. Sinilnyk. (2019), “Priority of development of digital economy for Ukraine”, *Azov Economic Bulletin (Classic Private University)*, vol 2 (13), pp.64-68.
12. Pizhuk OI(2018) “ Digital transformation of economy as a basis for its competitiveness formation”. *Eastern Europe: Economics, business and management*. Vol 6 (17), pp.79-83.
13. Tokmakova I.V., Cherednichenko O.J., Voitov IM, Palamarchuk Y.S. (2019), “ Digital transformation of railway transport as a factor of its innovative development”, *Bulletin of Economics of Transport and Industry*, no 68, pp.125-134.
14. Pokusaev, O.N., Klimov A.A.,(2019), Kupriyanovski V.P.,Morchat P.M., “Digital railway of Europe ”- from ERTMS to artificial intelligence” *International Journal of Open Information Technologies*, vol. 7 no 7, pp. 90-119.
15. Razumkov Center (2018) : “Human Capital Development” : *Towards Quality Reforms Publisher Testament*, available at: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf (Accessed 4 April 2020).
16. “Ukraine in the middle of the ranking in the UNDP Human Development Report for 2019”, available at: [https://www.ua.undp.org/ content/ukraine/uk/home / presscenter / pressreleases / 2019 / ukraine-ranks- mid-table-in-undp-2019-human-development-report.html](https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2019/ukraine-ranks-mid-table-in-undp-2019-human-development-report.html) (Accessed 5 April 2020).

Василий Копытко, д.э.н., проф.

(декан факультета Львовского филиала Днепровского национального университета железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна)

Ольга Копытко, к.э.н.

(старший преподаватель, Львовский национальный университет ветеринарной медицины и биотехнологий имени С.З. Гжицкого)

**ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ НА КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА**

Цифровая экономика обеспечивает конкурентные преимущества инновационного развития экономических систем различных уровней. В их решении важное место принадлежит системе образования, организациям-работодателям и государственным и региональным органам управления. Новым этапом социально-экономического развития государства должна стать концепция поддержки формирования и развития человеческого капитала, как приоритетной

задачи страны, где человеческий капитал станет основным критерием эффективности управления государством, а комплекс мер осуществляется государством для стимулирования развития экономики и его кадрового потенциала. Для этого необходимо обеспечить в рамках цифровой кадровой концепции АО «Укрзалізниця» и ее региональных филиалов реализацию следующих механизмов: прогнозирование потребности в кадрах по перспективным и востребованным профессиям, практико-ориентированное (дуальное) образование, подготовку инженерных кадров для высокотехнологичных производств, независимую оценку качества подготовки кадров, мониторинг трудоустройства выпускников.

Ключевые слова: цифровая экономика, подготовка кадров, переподготовка кадров, железнодорожный транспорт, система образования, работодатели, человеческий капитал, государственные органы управления.

*Vasyl Kopytko, Doctor of Economics, professor
(Dean of the Faculty of Lviv Phidias of Dnipro National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan)*

*Olha Kopytko, Candidate of Economics
(Stepan Gzhyskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Ukraine)*

THE IMPACT OF THE DIGITALIZATION OF THE ECONOMY ON THE STAFF OF TRAINING OF RAILWAY TRANSPORT

The digital economy provides the competitive advantages of innovative development of economic systems at different levels. In their decision, an important place belongs to the education system, employers' organizations and state and regional authorities. It is advisable to focus on the training system of Ukrainian Railways JSC on three main components: initial training of young specialists, training of highly qualified personnel, retraining of working specialists. Systematic interaction of state and regional authorities, education and employers' organizations is needed to ensure that supply and demand in the regional higher education market depend directly on the conditions of the labor market that underpins their balanced development. Educational organizations and employers are the main drivers of regional development in the digital economy, responsible for human resources formation, economic performance and quality of life in the regions where Ukrzaliznytsia's regional offices operate. Without pursuing a consistent policy on improving the quality of human capital in Ukraine, there was little chance of firmly occupying the leading positions of the world's largest powers, the situation. It should be noted that in connection with the creation of territorial communities, the economic development of the policy of the regions of the country is getting more attention today, due to the fact that there is a difference in the standard of living of the population of Ukraine in different regions: income level, migration processes, employment, investment climate. Here, it is advisable to provide, in the short term, an effective system of interaction between education and the labor market at the macro and meso levels, including the identification and support of talents in the field of mathematics and computer science, training of highly qualified personnel, meeting the new requirements for the basic competencies of the digital economy, the introduction of vocational training programs for retraining digital economy, as well as the implementation of promising educational projects. To do this, it is necessary to ensure the implementation of such mechanisms within the digital personnel concept of JSC "Ukrzaliznytsya" and its regional branches: forecasting the need for personnel by promising and required professions, practically oriented (dual) education, training of engineering personnel for high-tech industries, independent training monitoring graduates' employment.

Keywords: digital economy, training, retraining, rail, education, employers, human capital, government.

*Olga Katerna, Candidate of Science (Economics), Associate Professor
(Associate Professor of the Department of Management of Foreign Economic Activity of
Enterprises, National Aviation University)
ORCID ID 0000-0002-6307-8767*

*Kateryna Molchanova
(Senior Lecturer of the Logistics Department, National Aviation University)
ORCID ID 0000-0003-1846-2492*

DIGITAL TRANSFORMATION OF AVIATION INDUSTRY IN UKRAINE

The article deals with the processes involved in the digital transformation of the economy, both globally and nationally. Government initiatives aimed at digital development include eliminating legislative, institutional, fiscal and other obstacles that hinder the development of the digital economy, introducing incentives and motivations to encourage businesses and the economy as a whole to digitize, create demand and generate citizens' needs for digitization, primarily through the introduction of large-scale digital transformation projects by the state, the creation and development of digital infrastructures as a basis for harnessing the benefits of the digital world in everyday life and platform to achieve economic efficiency in general. The authors explore the concept of digital economy and presents different approaches to its definition. It is noted that there are many approaches to defining the concept of the digital economy, but there is no unified one. The authors conclude that most sources see in the digital economy a new kind of economic relations based on the collection, processing, transfer of information through information technology.

It have been shown current trends in digital transformation in the aviation industry and shows the latest digital technologies developed and implemented by aviation market subjects. In today's world, increasing the competitiveness of airlines and airports is seen in increasing passenger satisfaction with flight, which is possible through the development of personalized solutions for a specific person. Existing information technologies, such as blockchain, artificial intelligence, big date, make it possible to collect and process huge amounts of information about a passenger and his preferences, and to develop proposals that are relevant to the interests of that passenger.

In the article the legislative and regulatory support for digital transformation processes in Ukraine was analyzed. The author notes that the process of digital transformation in the country is at an early stage, so the digitization of certain sectors of the economy depends on the subjects of this industry. The successful process of digital transformation of airlines and airports depends largely on the available infrastructure. Compared to the world's leading airports, Ukrainian airports have a very low level of infrastructure development and modernization plans do not involve the introduction of the latest digital technologies.

Keywords: digital economics, digitalization of aviation industry, digital transformation, information and communication technologies.

Formulation of the problem. The evolutionary development of humanity is a process that never stops and continues right now. Not so long ago the world survived the industrial revolution and now

© Katerna O. K., Molchanova K. M., 2020

Formulation of the problem. The evolutionary development of humanity is a process that never stops and continues right now. Not so long ago the world survived the industrial revolution and now entered the era of the information revolution. All our modern life is connected with information and communication technologies. Information exchange occurs mainly via devices such as smartphone, tablets, computers. Almost all areas of our lives are connected with digital technologies: interaction with government bodies, healthcare, education, entertainments, shopping, banking, transportation etc. The process of digital transformation in each country takes place in its own way, it depends on political, economic, social factors. There are countries leaders of digitalization and countries that only now recognize the need for change. A strategic plan for digital economic development should include measurements for all industries. Analysis of the industry situation, possible obstacles and threats to the implementation of digital technologies will make it possible to develop a logical, economical roadmap of digital transformation in aviation industry.

Analysis of recent research and publications. Recent scientific papers related to the digital economy belongs to such authors as Nicolas Colin, Augustin Landier, Pierre Mohnen and Anne Perrot [1]. The issues of conceptualization of digital economy in Ukrainian conditions were researched by Alla Cherep, Regina Andriukaitiene, Valentyna Voronkova, Roman Oleksenko [2], Sylwia Talar [3]. Interesting research of challenges in airport digital transformation was made by Sorin Zaharia and Casandra Pietreanu [4].

The purpose of the article – to analyse all definitions and concepts that are connected with digitalization. Explore which government institutions and international organisations are involved in the digital transformation process and what legislative acts exist. any transformation process provides for the achievement of a specific goal and at the end of this process it is necessary to evaluate how successful it was, or evaluate the individual stages of this process or the current state of the transformed object. For assessment digital economy level it's necessary to investigate existing evaluation methods and indicators. One of the goals of the article is to analyse the existing modern digital solutions in the aviation industry and the possibility of their implementation on the Ukrainian market.

The main research material. Modern living conditions are such that digital transformation is taking place not only in the aviation industry, but also in all other industries. This is a global trend and Ukraine does not stand aloof from these changes. In 2018 The Concept of Development of Digital Economy and Society of Ukraine for 2018-2020 was accepted by the decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated January 17, 2018 №67-p. This concept provides carrying out measures of appropriate incentives implementation for digitization of the economy, public and social spheres, awareness of existing challenges and tools for digital infrastructure development, acquisition of digital competencies by citizens, and identifies critical areas and projects for digitization, promotion of the internal market of production, use and consumption of digital technologies. [5]

For understanding what goals is planned to achieve through the implementation of activities envisaged by the concept it is necessary to define concept of digital economy. With accordance to Wikipedia digital economy refers to an economy that is based on digital computing technologies, although we increasingly perceive this as conducting business through markets based on the internet and the World Wide Web. The digital economy is also referred to as the Internet Economy, New Economy, or Web Economy. [6]

This term was mentioned at the first time by Don Tapscott in his 1995 best-selling book “The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence”. [7] The researcher attributed the most important consequences of the global economy digitalization to a sharp decrease in transaction costs, the emergence of new business models and, as a result, the exclusion of

intermediaries due to direct interaction between the consumer and the supplier. The author predicted many particular effects of the upcoming digitalization.

Nicholas Negroponte, founder of the Massachusetts Institute of Technology's Media Lab and author of the 1995 book "Being Digital", has described the digital economy as using "bits instead of atoms." [8] According to Negroponte, in comparison with the traditional market, the benefits of digitalization include:

- lack of physical weight of products that can be replaced by information volume;
- significantly lower costs for the production of electronic goods and less space occupied by electronic media;
- the virtual nature of economic relations, leading to a decrease in the need for raw materials;
- the emergence of digital currencies, which today is clearly illustrated by the growing cryptocurrency market;
- instant global movement of goods and services via the Internet.

Let's consider some approaches to the definition of the term "digital economy" (Table 1).

Table 1. Some approaches to the definition of the term "digital economy"

№	Definition
1	An economy which functions primarily by means of digital technology, especially electronic transactions made using the Internet.
2	The digital economy is comprised of markets based on digital technologies that facilitate the trade of goods and services through e-commerce.
3	The single most important driver of innovation, competitiveness and growth in the world.
4	One that can provide a high quality of information and communication technologies (ICT) infrastructure and harness the power of ICTs to benefit consumers, businesses and governments.

Sources: designed by own, based on information from [9], [10], [11], [12]

Summarizing all definitions we can say that digital economy is new evolutionary form of economy that is based on the use of information technologies.

If we have some process of transformation, of course we want to know is successful this process or not. Accordingly, we should evaluate the level of digitalization in accordance with different criteria. There are a lot of different indicators for evaluation the level of development of the country's digital economy. Some of them are described in the Table 2.

In 2019 Ukraine had rank 67 of NRI from 121 countries (for comparison top 3 countries are Sweden, Singapore and Netherlands). In accordance with UNCTAD B2C E-commerce index, in 2019 Ukraine had rank 52 from 152 countries (top 3 countries are Netherlands, Switzerland and Singapore). The last IDI rating was published in 2017 and Ukraine had rank 79 from 176 countries. The EGDI rank of Ukraine in 2018 was 82 from 180 countries. The DESI is calculated only for EU member states but methodology of this index could be implemented in Ukraine.

It should also be noted that in 2019 was founded Ministry of Digital Transformation of Ukraine. This ministry provides for the formation and implementation of state policy in the field of digitization, digital economy, digital innovation, e-government and e-democracy, development of the information society. To date, Ministry is more focused on building digital interaction between the state and citizens. And in fact, the drivers of digital transformation of industries are enterprises that work in this industry, i.e. airlines and airports.

Table 2. Indicators for evaluation the level of development of the country's digital economy

№	Name of indicator	Description
1	Networked Readiness Index (NRI)	The NRI, also referred to as Technology Readiness, measures the propensity for countries to exploit the opportunities offered by information and communications technology (ICT). It is published in collaboration with INSEAD (European Institute of Business Administration), as part of their annual Global Information Technology Report (GITR). The report is regarded as the most authoritative and comprehensive assessment of how ICT impacts the competitiveness and well-being of nations
2	UNCTAD B2C E-commerce Index	The UNCTAD B2C E-commerce Index, which measures an economy's preparedness to support online shopping, has expanded its coverage to include 152 economies. The index is calculated as the average of four indicators: account ownership at a financial institution or with a mobile-money-service provider (% of population ages 15+); individuals using the Internet (% of population); Postal Reliability Index; Secure Internet servers (per 1 million people)
3	Global ICT Development Index (IDI)	The IDI is an index published by the United Nations International Telecommunication Union based on internationally agreed ICT indicators. This makes it a valuable tool for benchmarking the most important indicators for measuring the information society. The IDI is a standard tool that governments, operators, development agencies, researchers and others can use to measure the digital divide and compare ICT performance within and across countries. The ICT Development Index is based on 11 ICT indicators, grouped in three clusters: access, use and skills
4	E-Government Development Index (EGDI)	The EGDI presents the state of E-Government Development of the United Nations Member States. Along with an assessment of the website development patterns in a country, the EGDI incorporates the access characteristics, such as the infrastructure and educational levels, to reflect how a country is using information technologies to promote access and inclusion of its people
5	Digital Economy and Society Index (DESI)	The DESI is a composite index that summarises relevant indicators on Europe's digital performance and tracks the evolution of EU member states in digital competitiveness. The DESI is composed of 6 principal dimensions, each divided in a set of sub-dimensions, which are in turn composed by individual indicators: connectivity; human capital/digital skills; use of internet services by citizens; integration of digital technology by businesses; digital public services; research and development ICT

Sources: [13]

There are international associations of airlines and airports such as IATA and ACI. The goals of these associations are to represent, manage and service the airline industry. Also, one of the missions of these associations is to provide digitalization.

The International Air Transport Association (IATA) is the trade association for the world's airlines, representing some 290 airlines. IATA supports many areas of aviation activity and to help formulate industry policy on critical aviation issues.

Airports Council International (ACI) is the only global trade representative of the world's airports. Established in 1991, ACI represents airports interests with Governments and international organizations such as ICAO (International Civil Aviation Organization), develops standards, policies and recommended practices for airports, and provides information and training opportunities to raise standards around the world. This section provides you with information on the structure and background of ACI. There is sub-organisation of ACI, ACI Europe that represent over 500 airports in 46 European countries. Three Ukrainian airports are members of ACI Europe:

Boryspil International Airport, Kharkiv International Airport and Odessa International Airport. One of the goals of this organization is to help its members implement digital transformation activities.

In very competitive environment, airports are focused on expanding and enhancing their appeal to increase their community's share of air travel and tourism, innovating and maintaining a strong focus on enhancing customer experience. While safety and security always remain airports' top priorities, their leaders also focus on ways to streamline airport business and operations. They leverage technology to meet and exceed goals and objectives. In today's digital world there is no escaping the power of data, so harnessing its benefits is key. [14] Airport leaders acknowledge that business success is not just about the deployment of new technologies, simply because IT systems and applications change too quickly. Instead, success is about transforming the business of airports, adapting to customers, staff, community and cultures and leveraging existing and new technologies to meet objectives and goals.

A lot of investments are spent on customer personalisation. The airlines are well aware of the fact that today's digital natives are used to customised interactions and personalised solutions, thanks to the growth of e-commerce and the popularity of social media channels.

For airlines, customer interactions start way before the flight is even boarded; the test begins when the flyer is looking for a flight and extends way after they unboard the plane. It can be a daunting task to keep up with the changing customer demands and provide a seamless and delightful experience throughout the passenger journey.

Opportunities for airlines and airport to use mobile apps on each stage of passenger journey are shown on the Fig. 1.

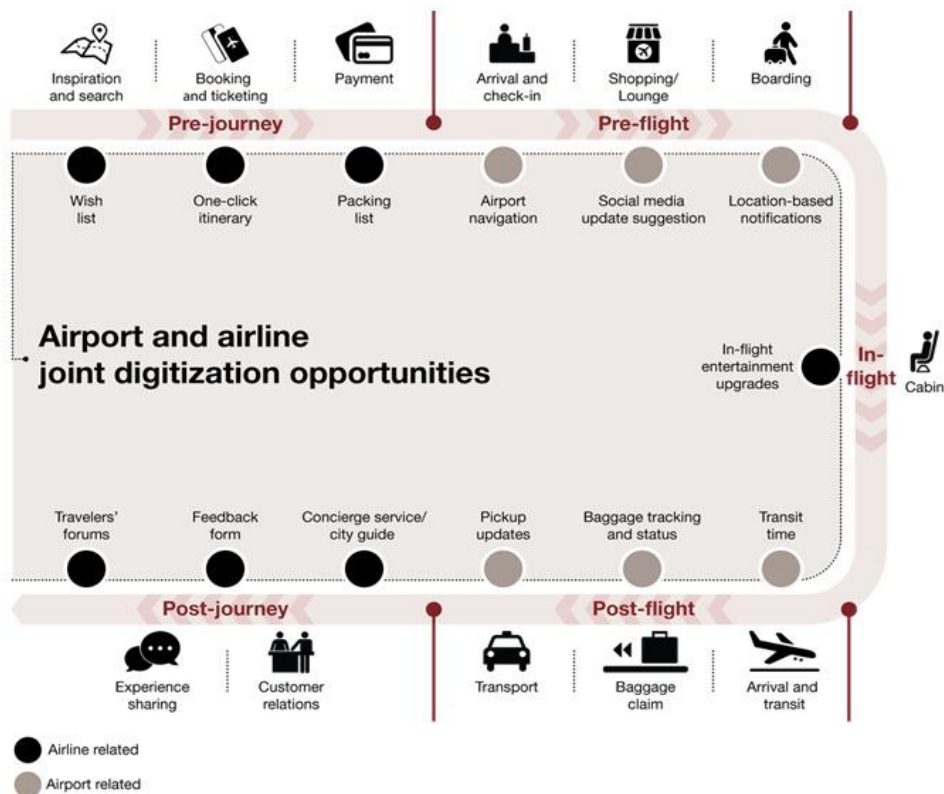


Figure 1. Stages of passenger journey and digital opportunities

Sources: [15]

Travellers can buy tickets, check-in and access the latest flight details via apps. Mobile notifications can include arrival/departure gate changes, traffic delays around the airport, and discounts at airport restaurants, hotels and retail stores.

Airlines are also using SMS texts to provide travellers with service disruption updates, such as flight delays or cancellations.

Having access to details about a traveller's destination and trip duration allows aviation management professionals to provide geo-specific content, such as destination deals and offers, places to visit and weather forecasts.

Digital technologies are being used today to increase consumer satisfaction with the use of aviation services, and therefore to increase customer loyalty.

For airports, it is possible to create a simpler process for passengers to get from the airport entrance to the aircraft, as well as to increase their capabilities in terms of operational safety.

With the increase of passenger traffic through the airport, the use of digital technologies allows to optimize work and ensure its continuity. It also allows airports to perform virtual simulation and simulation activities during peak hours for better allocation of resources and optimal use of the runway.

Let's take a look at the main emerging technologies which are revolutionising the flying experiences and digitally transforming it to a tech-savvy and customer centric industry (Fig. 2).

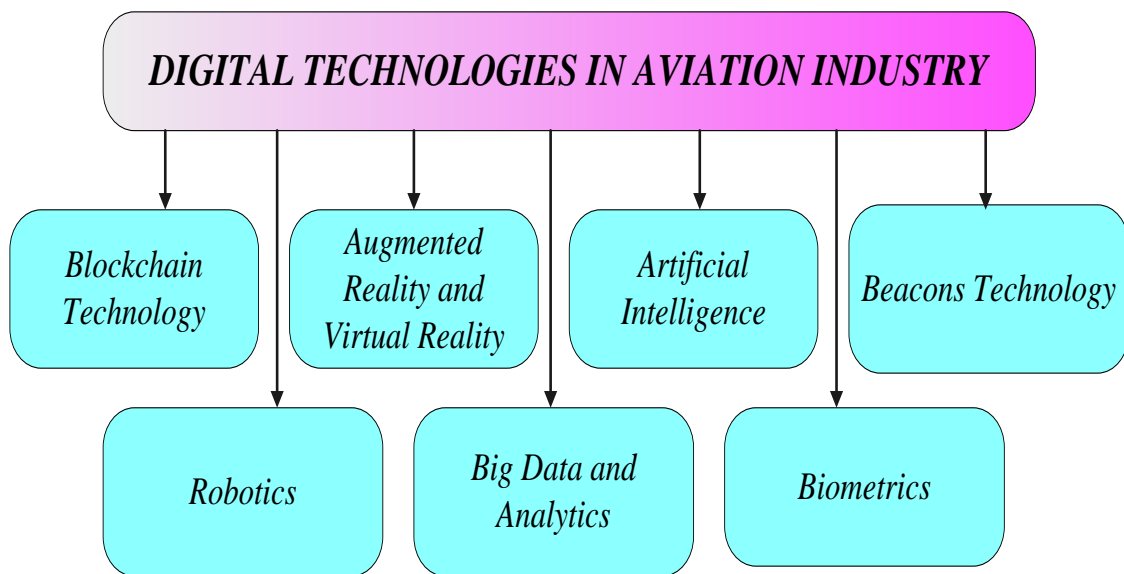


Figure 2. The main digital technologies in aviation industry

Sources: designed by own

1. Blockchain technology. Blockchain is a rule-built, continuous series of blocks containing information. In other words, it is a distributed database in which storage devices are not connected to a single server. According to SITA's 2018 Air Transport IT Insights, 34% of airports are planning blockchain research and development programs by 2021. One area in which airports see blockchain's potential is the ability to help improve passenger identification processes, in part by reducing the need for multiple ID checks. [16] Airlines can use blockchain technology to improve operational efficiencies, security systems and even customer experiences.

2. Augmented Reality and Virtual Reality (AR/VR). The airports can use AR to help passengers navigate the complex layout of the airport, and to help air traffic controllers with the vital job of keeping planes safe. The augmented and virtual reality market in aviation is projected to grow from USD 78 million in 2019 to USD 1,372 million by 2025. [17]

3. Artificial Intelligence (AI). AI and the use of algorithms now make it possible to give the right information to every passenger at the right moment, based on location, time before flight, profile and preference. Whether it is about finding his or her way in the airport, pushing promotional offers for products and services, or reacting to an emergency, every visitor provides a unique, specific context and has different needs and interests - e.g., adapting the way-finding path to the specific airline lounge or gate according to the traveller's membership status, taking into consideration any disabilities, luggage type (count, oversized), family count, etc.

4. Beacons technology. Beacons technology makes navigation easy for travellers between different terminals at the airport. Further, beacons can help airports and vendors at the airport premises to know where passengers are and then send them personalised and relevant information accordingly. These updates can be about boarding gate number, baggage carousel, flight status or also about the shops and eateries around the customer.

5. Robotics. The airline industry is also using robotics in assisting with various tasks like customer management, baggage handling, car parking, etc.

6. Biometrics. The airlines industry is consistently working towards making travel experience delightful and comfortable for their customers. Adopting the biometrics technology at airlines and airport touch points is one such attempt by the industry.

7. Big Data and Analytics. Airlines can drive valuable insights by analysing the vast amount of data available to them to create delightful experiences for travellers, understand customer preferences in real-time based on data of their purchase history, travel itineraries etc. and provide them customised offers etc.

The digital transformation of aviation industry leads to necessity for airports constantly upgrade infrastructure. There are following main objects of infrastructure are needed to support modern services in the airport:

- Wireless Local Area Networks (WLANs) on the airport premises;
- automated document readers linked to border control systems for Machine readable travel documents (MRTDs) such as passports visas, official travel documents and crew member certificates;
- RFID detection infrastructures;
- biometric identification systems;
- electronic tickets readers;
- self-service kiosks;
- security systems.

Let's consider the activities of Ukrainian airports. According to the State Aviation Service of Ukraine in 2020, there are 20 operating airports. [18] For comparison, in 1991 there were 50. But it should be noted that in recent years there has been a positive trend in passenger flows through Ukrainian airports. So, in 2019, the total passenger flow amounted to 24334,5 thousand people (of which 21994,1 on international flights). In comparison with 2018, passenger flow increased by 18,4%. Cargo and mail flows are increased by 6,7% in 2019 and amounted to 60,2 thousand tons. At the same time, about 98% of passenger flows and cargo and mail flows are concentrated at 7 major airports (Boryspil, Kyiv (Zhuliany), Lviv, Odessa, Kharkiv, Zaporozhye and Dnipropetrovsk). The values of passenger flows in 2019 are shown in the Table 3.

Table 3. Passenger flows of Ukrainian airports in 2019

№	Airports	Total passenger flows, people	Passenger flows on international lines, people	Passenger flows on domestic lines, people
1	Boryspil	15260281	14160117	1100164
2	Kyiv	2617900	2559100	58800
3	Lviv	2217400	2008700	208700
4	Odessa	1686365	1395628	290737
5	Kharkiv	1340800	1108800	232000
6	Zaporozhye	434063	326000	108063
7	Dnipropetrovsk	338888	198190	140698
8	Other airports	438803	237565	201238
9	Total by all airports	24334500	21994100	2340400

Sources: designed by own, based on information from [18], [19]

In addition to 7 major airports, also in 2019, such airports carried out air transportation: Kherson, Ivano-Frankivsk, Chernivtsi, Vinnytsia, Kryvyi Rih, Rivne, Mykolaiv, Poltava and Uzhhorod.

All airports that carry out international flights are equipped with readers of electronic passport and visas. Also they are equipped with devices for scanning boarding pass QR or bar code. These devices allow you to scan both from paper and from the smartphone screen. The WLANs are provided in all airports and it should be noted that in Ukraine mainly use fiber optic cables that provide high speed of internet. But it's all digital technologies that now are used in airports. Even Boryspil International Airport, which announces its intention to become a hub, is focused on the modernization of buildings, apron, air navigation facilitates and doesn't mention implementation of modern digital solution.

Conclusions and recommendations. The main obstacles of digital transformation are insufficient level of infrastructure development. Speaking about the infrastructure of Ukrainian airports, we can say that the modernization process has just begun. And readiness for digital transformation is expressed only in the presence of desire to join it. Of course, small airports with low passenger flow may not need all the latest digital technology. But for successful functioning in the modern world there are such technologies without which airports can't work. First of all, it's the availability of automated document readers for machine readable travel documents and biometrics passports. Also it's availability of wireless local area networks in airports.

While the world's leading airports are developing solutions based on blockchain, artificial intelligence technologies, augmented and virtual reality, robotics, Ukrainian airports are at the stage of awareness whether this is necessary or not. Airports primarily see the development of their activities in the modernization of buildings, facilities, apron and runways to appropriate level. But almost no one is developing modern digital solutions that can significantly improve activity in the future. Of course, it's difficult to talk about introducing advanced digital solutions while the country's economy is in a rather shaky and difficult situation. But if we do not set high strategic goals and do not seek to achieve them, Ukraine will continue to be an aviation province and not a high-tech hub.

REFERENCES

1. Nicolas Colin, Augustin Landier, Pierre Mohnen and Anne Perrot. The Digital Economy. Notes du conseil d'analyse économique. 2015. №26. P. 1-12. DOI : 10.3917/ncae.026.0001 (Accessed 29.03.2020).

2. A. Cherep, R. Andriukaitiene, V. Voronkova, R. Oleksenko. Formation of the concept of digital economy and digital management in the conditions of new technological breaks. The Humane Journal Of The Zaporizhzhia State Engineering Academy. 2019. №77. P. 222-236. DOI: 10.26661/2072-1692-2019-77-17 (Accessed 29.03.2020).
3. Sylwia Talar. The EU Concept of Digital Economy Against the Internet Economy Model: Research Gate. URL: https://www.researchgate.net/publication/325416501_The_EU_Concept_of_Digital_Economy_Against_the_Internet_Economy_Model (Accessed 29.03.2020).
4. S. Zaharia, C. Pietreanu. Challenges in airport digital transformation: Research Gate. URL: https://www.researchgate.net/publication/329897221_Challenges_in_airport_digital_transformation (Accessed 29.03.2020).
5. About acceptance The Concept of Development of Digital Economy and Society of Ukraine for 2018-2020: decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated January 17, 2018 №67-p. Revision date: 24.12.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> (Accessed 29.03.2020). (In Ukrainian)
6. Digital Economy: Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_economy (Accessed 29.03.2020).
7. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGrawHill, 1995. 342 p.
8. Negroponte Nicholas. Being Digital. New York: Alfred A. Knopf, 1995. 245 p.
9. Digital economy: Lexico. URL: https://www.lexico.com/definition/digital_economy (Accessed 29.03.2020).
10. The Digital Economy 2012: Organisation for Economic Co-operation and Development. URL: <http://www.oecd.org/daf/competition/The-Digital-Economy-2012.pdf> (Accessed 29.03.2020).
11. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs: European Union. URL: https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/advanced-technologies_en (Accessed 29.03.2020).
12. IBM Services. URL: <https://www.ibm.com/services> (date of reference: 29.03.2020).
13. Molchanova K. Methods for Evaluation the Development of the Digital Economy. Professional management in modern conditions of market development: books of abstracts of sciences. pract. conf., Kharkiv, November 1, 2019. Kharkiv, 2019. P. 309-311.
14. Airport Digital Transformation. Best Practice: Airports Council International. URL: https://aci.aero/Media/aabcf490-613e-44ab-b98c-339377de0cd0/ki_0Cg/Publications/2017/Digital%20IT%20Transformation/Airport_Digital_Transformation.pdf (Accessed 29.03.2020).
15. Surabhi Ghosh Chatterjee. How technology is giving flight to customer experiences in the airline industry: Robosoft Technologies. URL: <https://www.robosoftin.com/blog/technology-in-airline-industry> (Accessed 29.03.2020).
16. 10 technology trends for airlines and airports to focus on in 2019: Future Travel Experience. URL: <https://www.futuretravelexperience.com/2019/01/10-technology-trends-airlines-airports-2019/> (Accessed 29.03.2020).
17. Augmented and Virtual Reality (AR VR) Market: Markets and Markets. URL: <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/ar-vr-aviation-market-230427667.html> (Accessed 29.03.2020).
18. State Aviation Service of Ukraine. URL: <https://avia.gov.ua/> (Accessed 29.03.2020).
19. List of the Busiest Airports in Ukraine: Wikiwand. URL: https://www.wikiwand.com/en/List_of_the_busiest_airports_in_Ukraine (Accessed 29.03.2020).

Катерна Ольга Константиновна, к.э.н., доц.

(доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности предприятий, Национальный авиационный университет)

Молчанова Екатерина Михайловна

(старший преподаватель кафедры логистики, Национальный авиационный университет)

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ АВИАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ В УКРАИНЕ

В статье проводится анализ процессов, связанных с цифровой трансформацией экономики, как на глобальном уровне, так и на уровне страны. Государственные инициативы, направленные на развитие цифровой экономики, предусматривают устранение законодательных, институциональных, фискальных и иных препятствий, которые мешают развитию цифровой экономики, создания стимулов и мотиваций для поощрения бизнеса и индустрий экономики в целом к цифровизации, создание спроса и формирование потребностей среди граждан к цифровизации, прежде всего через внедрение государством масштабных проектов цифровых

трансформаций, создание и развитие цифровых инфраструктур как основы использования преимуществ цифрового мира в повседневной жизни и платформы для достижения эффективности экономики вообще. Авторы исследуют понятие цифровой экономики, приводят различные подходы к ее определению. Отмечается, что существует много подходов к определению концепции цифровой экономики, однако не существует единой системы. Авторы делают вывод о том, что большинство источников усматривают в цифровой экономике новый вид экономических отношений, которые базируются на сборе, обработке, передаче информации с помощью информационных технологий.

Отдельно проанализированы законодательная и нормативная поддержки процессов цифровой трансформации в Украине. Авторы отмечают, что процесс цифровых преобразований в стране находится на начальной стадии, поэтому цифровизация отдельных отраслей экономики зависит от субъектов этой отрасли. Успешный процесс цифровой трансформации авиакомпаний и аэропортов во многом зависит от имеющейся инфраструктуры. Сравнивая с передовыми мировыми аэропортами, украинские аэропорты имеют очень низкий уровень развития инфраструктуры и планы модернизации не предусматривают внедрение последних цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация авиационной отрасли, цифровая трансформация, информационно-коммуникационные технологии.

Катерина Ольга Костянтинівна, к.е.н., доц.

(доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств, Національний авіаційний університет)

Молчанова Катерина Михайлівна

(старший викладач кафедри логістики, Національний авіаційний університет)

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

В статті проводиться аналіз процесів, що пов'язані із цифровою трансформацією економіки, як на глобальному рівні, так і на рівні країни. Держані ініціативи, спрямовані на цифровий розвиток, передбачають усунення законодавчих, інституційних, фіскальних та інших перешкод, які заважають розвитку цифрової економіки, впровадження стимулів та мотивацій для заохочення бізнесу та індустрій економіки в цілому до цифровізації, створення попиту та формування потреб серед громадян до цифровізації, насамперед через впровадження державою масштабних проєктів цифрових трансформацій, створення та розвиток цифрових інфраструктур як основи використання переваг цифрового світу у повсякденному житті та платформи для досягнення ефективності економіки взагалі. Авторами досліджується поняття цифрової економіки, наводяться різні підходи до її визначення. Відмічається, що існує багато підходів до визначення концепції цифрової економіки, проте не існує уніфікованого. Автори роблять висновки про те, що більшість джерел вбачають в цифровій економіці новий вид економічних відносин, які базуються на зборі, обробці, передачі інформації за допомогою інформаційних технологій.

Відображені сучасні тенденції цифрової трансформації в авіаційній галузі та наведені останні цифрові технології, які розробляються та впроваджуються суб'єктами авіаційного ринку. В сучасному світі підвищення конкурентоспроможності авіакомпанії та аеропорти вбачають в підвищенні рівня задоволеності пасажирів від перельоту, що можливо завдяки розробці персоналізованих рішень, спрямованих на конкретну людину. Існуючі інформаційні технології, такі як блокчейн, штучний інтелект, біг-дата, дають можливість збирати та обробляти величезні масиви інформації про пасажирів та його уподобання, й розробляти пропозиції, що відповідають інтересам саме цього пасажирів.

Окремо проаналізовано законодавчу та нормативну підтримку процесів цифрової трансформації в Україні. Автори відмічають, що процес цифрових перетворень в країні знаходиться на початковій стадії, тому цифровізація окремих галузей економіки залежить від суб'єктів цієї галузі. Успішний процес цифрової трансформації авіакомпаній та аеропортів багато в чому залежить від наявної інфраструктури. Порівнюючи із передовими світовими аеропортами, українські аеропорти мають дуже низький рівень розвитку інфраструктури і плани модернізації не передбачають впровадження останніх цифрових технологій.

Ключові слова: цифрова економіка, цифровізація авіаційної галузі, цифрова трансформація, інформаційно-комунікаційні технології.

Леонід Бакаєв, д.е.н., проф.

(професор каф. «Менеджмент, публічне управління та адміністрування», Державний університет інфраструктури та технологій)

ORCID ID: 0000-0002-6310-9359

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ ТОВАРАМИ З КРАЇНАМИ СНД

У статті розглянуто структури експорту та імпорту України товарів, класифікованих за технологічними категоріями, та географічні структури експорту й імпорту України до (з) країн СНД за період 2009-2018 рр. Аналіз товарних структур виявив тенденцію до скорочення експорту й імпорту Україною товарів, класифікованих за технологічними категоріями, у період 2014-2018 рр. порівняно з періодом 2009-2013 рр. Географічні структури експорту й імпорту України зазнали також суттєвих змін. У період 2014-2018 рр. порівняно з 2009-2013 рр. частки експорту та імпорту товарів з країн СНД суттєво зменшились (відповідно на 17,0% та 16,3%).

Визначено порівняльні переваги зовнішньої торгівлі України товарами, класифікованими за технологічними категоріями, з окремими країнами СНД за період 2014-2018 рр. Для дослідження порівняльних переваг зовнішньої торгівлі України з країнами СНД був обраний індекс Г. Лафея. Результати розрахунків показали наявність порівняльних переваг у зовнішній торгівлі з більшістю країн СНД, зокрема найбільші порівняльні переваги Україна мала у торгівлі середньотехнологічною продукцією з Казахстаном, Туркменістаном, Узбекистаном, а також високотехнологічною продукцією – з Росією, Казахстаном, Білоруссю.

Ключові слова: СНД, зовнішня торгівля, товарна структура, географічна структура, експорт товарів, імпорт товарів, порівняльні переваги у зовнішній торгівлі, індекс Г. Лафея.

Постановка проблеми. Міжнародна торгівля є однією з найбільш розвинених форм міжнародних економічних відносин, сучасний етап розвитку яких характеризується розвитком процесів регіонального міждержавного співробітництва та інтеграції країн у світовий економічний простір.

Обрання зовнішньої торгівлі України товарами з країнами СНД як предмет дослідження не є випадковим. По-перше, практично відсутні наукові дослідження зовнішньої торгівлі України з країнами СНД, товарних ринків країн СНД та конкурентоспроможності товарів України на цих ринках. По-друге, зовнішня торгівля товарами України з країнами СНД не досліджувалась в останні роки у розрізі торгівлі товарами, класифікованими за технологічними категоріями. По-третє, зовнішня торгівля України з країнами СНД, хоча і значно скоротилася в період 2013-2018 рр., все ж становить її значну частку (у 2018 році частка експорту товарів України до країн СНД становила 14,8% загального експорту товарів країни, частка імпорту товарів з країн СНД – 23,1% імпорту товарів країни, зовнішньоторговельний товарний обіг – 19,4%).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням стану і тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі України присвячено чимало публікацій вітчизняних дослідників, серед

© Бакаєв Л. О., 2020

яких можна відзначити наукові праці [1-6], але в яких дуже фрагментарно згадується зовнішня торгівля товарами України з країнами СНД (переважно подаються загальновідомі статистичні дані). Більш ґрунтовні дослідження зовнішньої торгівлі України з країнами СНД проводили російські науковці, але ще в часи активної роботи України в цій Співдружності [7,8]. На сьогодні відсутні вітчизняні наукові дослідження зовнішньої торгівлі України товарами, класифікованими за технологічними категоріями, з окремими країнами-членами СНД та будь-які аналітичні дослідження з цієї проблематики.

Метою статті є: виявлення тенденцій і структури зовнішньої торгівлі України товарами, класифікованими за технологічними категоріями, з СНД в цілому та з окремими країнами-членами Союзу; оцінка порівняльних переваг зовнішньої торгівлі України цими товарами; визначення рівня внутрішньогалузевої торгівлі товарами між Україною та країнами СНД.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зовнішньоекономічна діяльність в умовах активізації процесів глобалізації відіграє все більшу роль для будь-якої країни. Україна є країною з відкритою економікою, про що свідчить один з показників відкритості – зовнішньоторговельна квота, яка для України у 2014-2018 рр. дорівнювала в середньому 105,6%. З країн СНД найбільш відкриті економіки за цим показником в означений період мали Білорусь (125,1%), Киргизстан (108,8%) та Молдова (89,0%).

Зовнішню торгівлю України товарами з країнами СНД, класифікованими за технологічними категоріями, можна охарактеризувати таким чином. В період 2014-2018 рр. порівняно з 2009-2013 рр. частка експорту товарів у сукупному експорті України до країн СНД зменшилась у середньому з 36,1% до 19,1%, зокрема продуктів первинної переробки сировини та низькотехнологічної продукції – з 16,6% до 9,6%, а середньо- і високо-технологічної продукції – з 16,4% до 7,1%, що спричинило сукупне падіння експорту товарів цих категорій на 11,8 млрд дол. США (табл.1).

Таблиця 1. Структура експорту України товарів, класифікованих за технологічними категоріями, до країн СНД, %

1	Експорт		
	2009-2013 (середня за період)	2014-2018 (середня за період)	2018
2	3	4	
СП	2,37	2,09	1,90
ППСП1	5,89	3,21	2,46
ППСП2	3,83	1,94	1,96
НТП1	0,40	0,33	0,25
НТП2	6,46	4,11	3,16
СТП1	0,61	0,14	0,10
СТП2	8,13	2,33	1,55
СТП3	4,84	2,82	1,85
ВТП1	1,82	0,80	0,64
ВТП2	1,00	0,98	0,72
НКП	0,71	0,32	0,24
Усього СНД	36,07	19,09	14,84

Джерело: авторські розрахунки [9]

Примітка. Сировинні продукти (СП) – свіжі фрукти та овочі, м'ясо, рис, какао, чай, кофе, деревина, вугілля, сира нафта, газ тощо; Продукти первинної переробки сировини сільського господарства та лісової промисловості (ППСП1): готові вироби з м'яса, фруктів, напої, вироби з деревини, рослинні олії тощо. Інші продукти первинної переробки сировини (ППСП2): рудні концентрати, продукти переробки нафти та гуми, цемент, скло тощо. Низькотехнологічні продукти – текстильні/кластери моди продукти (НТП1): тканини, одяг,

ІНШІ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

головні убори, взуття, шкіряні вироби, туристичні товари. Інші низькотехнологічні продукти (НТП2): гончарні вироби, кераміка, прості металеві вироби, меблі, ювелірні вироби, іграшки, пластикові вироби тощо.

Середньотехнологічні продукти – автомобільної промисловості продукти (СТП1) – легкові і вантажні автомобілі, автобуси, мотоцикли, запчастини до автомобілів та мотоциклів тощо. Середньотехнологічні продукти переробної промисловості продукти (СТП2): синтетичні волокна, хімічні вироби та фарби, добрива, пластик и, чавун, труби тощо. Середньотехнологічні продукти – машинобудівної промисловості продукти (СТП3) – електродвигуни, промислові машини, насоси, комутаційне обладнання, кораблі, годинники тощо. Високотехнологічні продукти – продукти електроніки та електротехніки (ВТП1) – офісне/ обробки даних/ телекомунікаційне обладнання, телевізори та радіоприймачі, транзистори, турбіни, електрогенераторне обладнання тощо. Високотехнологічні продукти – інші високотехнологічні продукти (ВТП2) фармацевтичні та медичні вироби, літаки та космічні апарати, оптичні та вимірювальні інструменти та вироби, кіно- та фотоапарати, радіоактивні матеріали тощо [10, стор. 7; 11]

Україна скоротила імпорт сировинних продуктів з країн СНД майже у 3,3 рази в період 2009-2018 рр. до 5,9% сукупного імпорту у 2018 р. У 2014-2018 рр. порівняно з 2009-2013 рр. частка імпорту усіх інших технологічних категорій товарів з країн СНД незначно зменшувалась у середньому не більше 1% (табл. 2).

Таблиця 2. Структура імпорту України товарів, класифікованих за технологічними категоріями, з країн СНД, %

1	Імпорт		
	2009-2013 (середня за період)	2014-2018 (середня за період)	2018
2	3	4	
СП	23,60	7,20	5,88
ППСП1	1,97	1,38	1,05
ППСП2	6,98	8,94	9,50
НТП1	0,26	0,29	0,25
НТП2	1,78	1,39	1,41
СТП1	0,73	0,39	0,45
СТП2	3,02	3,16	2,48
СТП3	1,48	1,00	0,92
ВТП1	1,42	1,41	0,95
ВТП2	0,43	0,25	0,15
НКП	0,19	0,15	0,07
Усього СНД	41,87	25,56	23,13

Примітка. Див. примітки до таблиці 1.

Джерело: авторські розрахунки [9]

У період 2014-2018 рр. порівняно з 2009-2013 рр. частки експорту та імпорту товарів з країн СНД суттєво зменшилися (відповідно на 17,0% та 16,3%), причому частка Росії у зниженні експорту та імпорту України становила відповідно 13,7% та 15,7%. Єдиною країною, з якої збільшився імпорт товарів у 2014-2018 рр. порівняно з 2009-2013 рр. була Білорусь (на 2,1% до 6,8%) (табл. 3).

Таблиця 3. Порівняльні переваги і невігоди України у зовнішній торгівлі товарами на світовому та країн СНД ринках (індекси Г. Лафея- середні за період 2009-2013 рр.)

Країна	СП	ППСП1	ППСП2	НТП1	НТП2	СТП1	СТП2	СТП3	ВТП1	ВТП2	НКП
СВІТ	-7,58	3,05	0,33	-0,74	4,54	-2,32	6,52	-1,17	-1,27	-1,58	0,23
СНД	-24,08	5,68	-3,07	0,24	6,64	-0,02	7,40	4,83	0,79	0,86	0,74
Азербайджан	-26,51	7,08	-2,09	-0,12	11,7	0,42	3,78	2,62	1,51	1,10	0,51
Білорусь	5,01	4,65	-27,60	-0,11	8,45	-0,30	3,83	0,59	1,08	0,66	3,74
Вірменія	0,31	-1,18	-0,10	0,05	5,26	0,07	-4,66	0,61	0,57	-0,02	-0,91
Казахстан	-29,99	8,77	-9,47	0,40	4,00	0,34	17,7	4,86	2,14	1,17	0,06
Киргизстан	-6,53	7,56	0,11	-0,26	0,45	-0,31	0,50	0,39	-1,87	0,35	-0,39
Молдова	-6,53	7,56	0,11	-0,26	0,45	-0,31	0,50	0,39	-1,87	0,35	-0,39
Росія	-26,27	4,40	1,40	0,33	6,21	0,07	6,61	5,58	0,69	0,65	0,33
Таджикистан	-14,09	5,58	1,93	0,01	0,70	0,00	1,85	1,24	1,58	1,13	0,07
Туркменістан	-14,02	6,24	-16,20	-0,87	6,66	0,83	11,4	3,36	1,14	1,43	0,02
Узбекистан	-20,60	7,97	-0,65	-2,57	3,48	-4,25	2,75	8,01	1,14	4,76	-0,03

Примітка. Див. примітки до таблиці 1.

Джерело: авторські розрахунки [9]

Серед країн СНД найкрупнішими торговельними партнерами України за показником зовнішньоторговельного товарного обігу у 2018 році були Росія, Білорусь і Молдова (усього 17,0 % зовнішньоторговельного товарного обігу України), за показником експорту товарів – Росія, Білорусь, Молдова (усього 12,1% експорту товарів України), за показником імпорту товарів – Росія, Білорусь, Азербайджан (усього 21,6% імпорту товарів України) (табл. 3).

На практиці для кількісної оцінки порівняльних переваг використовуються різні методи, наприклад, індекси Баласса, Прудмана – Реддинга, відносний індекс чистого експорту, індекс Лафея, індекси порівняльних переваг зовнішньої торгівлі Воллраса та інші [12].

Для дослідження порівняльних переваг зовнішньої торгівлі України з країнами СНД нами був обраний індекс Г. Лафея з таких міркувань. Цей індекс доцільно використовувати, коли аналізуються відносини між двома бізнес-партнерами (у нашому випадку України і кожної країни СНД). Він дає змогу аналізувати позицію кожного окремого продукту в структурі зовнішньої торгівлі країни або групи країн. Позитивне значення індексу Лафея показує існування порівняльної переваги у зовнішній торгівлі України з окремими країнами СНД та СНД в цілому.

Результати розрахунків індексу Лафея стосовно зовнішньої торгівлі України товарами, класифікованими за технологічними категоріями у 2013-2018 рр., з країнами-членами СНД та СНД в цілому, наведено в табл. 4.

Аналіз даної таблиці показує, що Україна мала найбільші порівняльні переваги у зовнішній торгівлі товарами, класифікованими за технологічними категоріями, з такими країнами СНД, а саме: ППСП1 (в торгівлі з Казахстаном, Азербайджаном і Туркменістаном); НТП2 – в торгівлі з Росією, Білоруссю та Туркменістаном; СТП2 – у торгівлі з Туркменістаном. і Казахстаном; СТП3 – у торгівлі з Росією, Казахстаном і Узбекистаном; ВТП1 – у торгівлі з Казахстаном, Білоруссю та Азербайджаном; ВТП2 – у торгівлі з Росією, Киргизстаном та Туркменістаном; НКП – у торгівлі з Білоруссю, Молдовою та Росією. На світовому ринку Україна зберегла порівняльні переваги тільки у торгівлі СП, ППСП1, НТП2 та СТП 2.

Таблиця 4. Порівняльні переваги і невігоди України у зовнішній торгівлі товарами на світовому та країн СНД ринках (індекси Г. Лафея- середні за період 2014-2018 рр.)

Країна	СП	ППСП1	ППСП2	НТП1	НТП2	СТП1	СТП2	СТП3	ВТП1	ВТП2	НКП
СВІТ	2,65	5,13	-2,71	-0,75	3,36	-2,47	1,12	-2,27	-2,65	-1,63	0,21
СНД	-7,82	5,48	-11,84	0,30	7,72	-0,41	-0,37	5,09	-0,63	2,00	0,49
Азербайджан	-14,34	11,77	-3,47	-0,50	4,54	0,04	0,01	1,04	0,63	1,02	-0,73
Білорусь	10,20	5,64	-25,44	0,29	6,87	-0,62	-0,04	0,57	0,86	0,74	0,94
Вірменія	2,43	-0,25	-0,29	0,00	3,03	0,01	-1,46	0,13	0,26	0,32	-4,20
Казахстан	-26,23	15,36	-1,11	0,62	2,06	0,17	0,84	6,30	1,86	0,84	-0,71
Киргизстан	-6,27	4,91	-0,01	-0,04	0,57	-1,23	0,26	0,62	-0,10	1,17	0,11
Молдова	0,13	-0,21	1,33	-1,23	-2,55	0,00	1,13	0,30	0,10	0,29	0,72
Росія	-12,69	1,12	-4,36	0,56	8,68	-0,19	-0,98	7,04	-1,53	1,99	0,36
Таджикистан	-7,07	5,28	0,16	-0,42	0,31	-0,04	0,30	0,51	0,37	0,60	0,00
Туркменістан	4,56	8,56	-22,66	-2,12	5,90	0,07	2,94	1,62	0,45	1,11	0,06
Узбекистан	-12,27	10,02	0,28	-5,92	2,62	-1,97	-7,79	4,48	0,38	10,23	-0,08

Примітка. Див. примітки до таблиці 1.

Джерело: Авторські розрахунки [9]

Висновки та пропозиції. Скорочення в період 2014-2018 рр. порівняно з 2009-2013 рр. частки експорту товарів у сукупному експорті України до країн СНД зменшилась у середньому з 36,1% до 19,1%, зокрема продуктів первинної переробки сировини та низькотехнологічної продукції, що спричинило сукупне падіння експорту товарів цих категорій на 11,8 млрд. дол США. Україна скоротила імпорт сировинних продуктів з країн СНД майже у 3,3 рази в період 2009-2018 рр. до 5,9% сукупного імпорту у 2018 р.

Географічні структури експорту і імпорту України зазнали також суттєвих змін. У період 2014-2018 рр. порівняно з 2009-2013 рр. частки експорту та імпорту товарів з країн СНД суттєво зменшились (відповідно на 17,0% та 16,3%).

Серед країн СНД найкрупнішими торговельними партнерами України за показником зовнішньоторговельного товарообігу у 2018 р. були Росія, Біларусь і Молдова (усього 17,0 % зовнішньоторговельного товарного обігу України).

Для дослідження порівняльних переваг зовнішньої торгівлі України з країнами СНД був обраний індекс Г. Лафея. Результати розрахунків показали наявність порівняльних переваг у зовнішній торгівлі з більшістю країн СНД, зокрема у торгівлі середньотехнологічною продукцією з Казахстаном, Туркменістаном, Узбекистаном, а також високотехнологічною продукцією – з Росією, Казахстаном, Білоруссю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Головань Д.В. Динамика структуры внешней торговли и международная стратегия экономического развития Украины. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії і практики.* №3, 2012. С. 98-105.
2. Осацька Ю.Є., Тихонова В.В., Цуркан Л.В. Особливості розвитку зовнішньої торгівлі України в умовах глобалізації. *Економічний простір.* № 105, 2016. С. 14-22.
3. Хасцька О.П. Сучасні тенденції зовнішньоекономічної діяльності України. *Економіка, фінанси, право.* Т. 2. №2. 2017. С. 79-83.
4. Кулешова Г.О., Кафтанова П.О., Ключко Л.В. Регіональні особливості експорту товарів України. *Вісник Харківського національного університету.* №1098. 2014. С. 92-96.
5. Гринь В.П., Ільченко Д.А. Аналіз тенденцій динаміки обсягів та структурних змін у зовнішній торгівлі України. *Приазовський економічний вісник.* Випуск 2. №13. 2019. С. 53-57.

6. Краснодєд Т.Л., Бакіна Т.В. Сучасний стан та товарна структура зовнішньої торгівлі товарами. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. Вип.6. №17. 2018. С. 38-43.
7. Савина Н.П. Оценка торгово-экономических отношений стран СНГ. *Международная торговля и торговая политика*. № 4. 2016. С. 83-90.
8. Социально-экономическое развитие постсоветских стран: итоги двадцатилетия.. М.: ИЭ РАН, 2012. 400 с.
9. UNCTADStat Database.Official website. URL:[http:// www. unctadstat.unctad.org](http://www.unctadstat.unctad.org)
10. Lall S. The Technological Structure and Performance of Developing Country Manufactured Exports, 1985-1998. Working Paper Number 44.-Queen Elizabeth House, University of Oxford.-2000.-39 p.
11. SITC rev.3 products,by technological categories (Lall (2000). UNCTADStat. URL: <http://www.unctadstat.unctad.org>
12. Gnidchenko A.A., Salnikov V.A. Net comparative advantage index: overcoming the drawbacks of the existing indices. Basic research program working papers. Series: Economics WP BRP 119/EC/2015. National Research University Higher School of Economics. 2015. 39 p.

REFERENCES

1. Golovan D.V. (2012), Dinamika strukturi vneshney torgovli i mejdunarodnaya strategiya ekonomicheskogo razvitiya Ukraini. *Ekonomika ta upravlinya pidpriymstvami mashinobudivnoy galuzi: problemi teorii i praktiki*. Vol.3. pp.98-105.
2. Osatska Ю.Е.,Tihonova V.V. and TSurkan L.V. (2016), Osoblivosti rozvitku zovnishnyoi torgivli Ukrayini v umovah globalizatsiyi.//*Ekonomichniy prostir*. Vol. 105. pp.14-22.
3. Haetska O.P. (2017), Suchasni tendentsiyi zovnishnyoekonomichnoyi diyalnosti Ukrayini. *Ekonomika, finansi, pravo*. Tom 2. Vol.2. pp.79-83.
- 4 .Kuleshova G.O.,Kaftanova P.O. and Kluchko L.V. (2014), Regionalni ososblivosti eksportu tovariv Ukrayini. *Visnik Harkivskogo natsionalnogo universitetu*. Vol.1098. pp. 92-96.
5. Grin V.P. and Ilchenko D.A. (2019), Analiz tendentsiy dinamiki obsiyagiv ta strukturnih zmin u zovnishniy torgivli Ukrayini.// *Priazovskiy ekonomichniy visnik*. Vol. 2. no.13. pp.53-57.
6. Krasnoded T.L. and Bakina T.V. (2018), Suchasniy stan ta tovarna struktura zovnishnyoi torgivli tovarami.// *Shidna Evropa: Ekonomika, biznes ta upravlinya*. vol.6. no.17. pp. 38-43.
7. Savina N.P. (2016), Otsenka torgovo-ekonomicheskikh otnosheniy stran SNG. *Mejdunarodnaya torgovlya i torgovaya politika*. vol. 4. pp.83-90.
8. Sotsialno-ekonomicheskoye razvitiye postsovetskih stran: itogi dvadtsatiletiya. М.:IE РАН, 2012, 400 p.
9. UNCTADStat Database.Official website, available at: [http:// www. unctadstat.unctad.org](http://www.unctadstat.unctad.org)
10. Lall S. (2000), The Technological Structure and Performance of Developing Country Manufactured Exports, 1985-1998. Working Paper Number 44.-Queen Elizabeth House, University of Oxford. 39 p.
11. SITC rev.3 products,by technological categories (Lall (2000). UNCTADStat, available at: <http://www.unctadstat.unctad.org>
12. Gnidchenko A.A. and Salnikov V.A. (2015), Net comparative advantage index: overcoming the drawbacks of the existing indices. Basic research program working papers. Series: Economics WP BRP 119/EC/2015. National Research University Higher School of Economics. 39 p.

Леонид Бакаев, д.э.н.,проф.

**(профессор каф. «Менеджмент, публичное управление и администрирование»,
Государственный университет инфраструктуры и технологий)**

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ УКРАИНЫ ТОВАРАМИ СО СТРАНАМИ СНГ

В статье рассмотрены структуры экспорта и импорта Украины товаров, классифицированных за технологическими категориями, и географические структуры экспорта и импорта Украины в (из) стран СНГ за период 2009-2018 гг. Анализ товарных структур выявил тенденцию к сокращению экспорта и импорта Украины товаров, классифицированных по технологическим категориям в период 2014-2018 гг. по сравнению с периодом 2009-2013 гг. Географические структуры экспорта и импорта Украины также существенно изменились в эти периоды. Доли экспорта и импорта товаров в (из) стран СНГ существенно уменьшились (соответственно на 17,0% и 16,3%).

Определены сравнительные преимущества внешней торговли Украины товарами, классифицированными за технологическими категориями, с отдельными странами СНГ за период 2014-2018 гг. Для исследования сравнительных преимуществ внешней торговли Украины со странами СНГ был выбран индекс Г. Лафея. Результаты расчетов показали наличие сравнительных преимуществ во внешней торговле с большинством стран СНГ, в частности наибольшие сравнительные преимущества Украина имела в торговле среднетехнологическими продуктами с Казахстаном, Туркменистаном, Узбекистаном, а также высокотехнологическими продуктами – с Россией, Казахстаном, Беларуссией.

Ключевые слова: СНГ, внешняя торговля, товарная структура, географическая структура, экспорт товаров, импорт товаров, сравнительные преимущества во внешней торговле, индекс Г. Лафея.

*Leonid Bakaiev, Prof., Doctor of Economics
(prof. of the chair «Management, public management and administration», State University of Infrastructure and Technologies)*

THE UKRAINE'S COMMODITY FOREIGN TRADE WITH CIS COUNTRIES

In the article the commodity structures of Ukraine-CIS export and impor, classified after technological categories, and export/ import geographical structures of Ukraine-CIS, are considered for the period 2009-2018. Analysis of commodity export/import structures, classified after technological categories, in a period 2014-2018 comparatively with a period 2009-2013 educed the following. Shares of commodity export in the total Ukraine- CIS countries export diminished from 36,1% to 19,1 % in average, in particular the primary processing of raw material products and low technology products, that entailed the total falling of the commodity export of these categories on 11,8 bln. USD.

Geographical structure of Ukraine-CIS export and import have been changed substantially too. In a period 2014-2018 comparatively with a period 2009-2013 shares of Ukrainr-CIS export and import substantially diminished (accordingly on 17,0% and 16,3%). The largest trade partners of Ukraine are determined among CIS countries in 2018: on the index of foreign trade commodity turnover are Russia, Belarus and Moldova (in all 17.0 % of outwardly-trade circulation of goods of Ukraine); on the index of commodities export - Russia, Belarus , Moldova (all to the 12.1% of the total commodity export of Ukraine), on the index of commodity import are Russia, Belarus , Azerbaijan (all to the 21.6% of the total commodity import of Ukraine).

Comparative advantages of Ukraine's commodity foreign trade, classified after technological categories, with separate countries of the CIS for period 2014-2018 have been determined. There was selected index of G. Lafey for the research of these comparative advantages .The results of calculations showed the presence of foreign trade comparative advantages in with majority of the CIS countries, in particular Ukraine had most advantages in medium technology products trading with Kazakhstan, Turkmenistan, Uzbekistan, and also in hich technology products trading with Russia, Kazakhstan, Belarus.

Keywords: CIS, foreign trade, commodity structure, geographical structure, commodity export, commodity import, foreign trade comparative advantages, G.Lafey's index.

УДК 330.356

JEL classification: E10, F21, O31, P59

*Марина Ковбатюк, к.е.н., професор**(завідувач каф. «Теоретична та прикладна економіка», Державний університет інфраструктури та технологій)*

ORCID ID 0000-0002-1149-6537

*Вікторія Шкляр, к.е.н., доцент**(доцент каф. «Теоретична та прикладна економіка», Державний університет інфраструктури та технологій)*

ORCID ID 0000-0003-2651-0319

ПОРІВНЯЛЬНА ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН СВІТУ

Міжнародними інституціями проводяться, формуються та опубліковуються щорічні рейтинги інноваційно активних та інноваційно привабливих країн. Дані рейтинги формуються на основі груп показників за якими розраховуються відповідні індекси. В статті проведено аналіз складових груп показників основних інноваційних індексів, визначено їх різницю та здійснено порівняльну оцінку інноваційного розвитку країн світу. Визначено, що до найбільш відомих рейтингових оцінок, за допомогою яких здійснюється оцінка інноваційного потенціалу, технологічної та інноваційної конкурентоспроможності країн належать: Глобальний індекс інновацій (The Global Innovation Index), Міжнародний індекс інновацій BCG (International Innovation Index BCG), Індекс економіки знань (The Knowledge Economy Index), Індекс інноваційної спроможності (Innovation Capacity Index), Інноваційний індекс Європейського інноваційного табло (Innovation Union Scoreboard), Глобальний індекс конкурентоспроможності талантів (Global Talent Competitiveness Index), Оцінка готовності до майбутнього виробництва (Readiness for the Future of Production), Індекс інноваційного розвитку агентства Bloomberg (Bloomberg Innovation Index) та Глобальний індекс конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index).

Грунтуючись на порівняльній оцінці рейтингів серед лідерів в сфері інновацій та інноваційного розвитку станом на 2019 рік можна виділити Швейцарію, США, Швецію, Нідерланди та Сінгапур. В той же час дуже важко визначити безпосереднього лідера, оскільки країни за різними індексами мають різні місця в рейтингу.

Проведене дослідження враховувало шість індексів з десяти існуючих, порівняльний аналіз яких свідчить про досить велику різницю в оцінках. Так, наприклад, Швейцарія має три перших місця (за Глобальним індексом інновацій, за Інноваційним індексом Європейського інноваційного табло та за Глобальним індексом конкурентоспроможності талантів) та три четвертих місця (за Глобальним індексом конкурентоспроможності, за Індексом інноваційного розвитку агентства Bloomberg, за Оцінкою готовності до майбутнього виробництва). Місця Сінгапуру різняться від 2 до 11, США – від 1 до 8. Розбіг місць в рейтингах України – від 36 до 67. Оскільки кожен інноваційний індекс будується відповідно до певних критеріїв, їх різноманіття не дає чіткої картини, яка ж країна є беззаперечним лідером у інноваційному розвитку.

Виходячи з наявності у Швейцарії трьох перших місць за різними оцінками інноваційного розвитку, можна стверджувати про її лідерство в сфері інновацій та інноваційного розвитку. Разом з тим це досить суб'єктивний висновок.

© Ковбатюк М. В., Шкляр В. В., 2020

Більш об'єктивна оцінка вимагає розробки відповідної методики, що базується на економіко-математичних методах дослідження та обґрунтовує вагомість кожного індексу в загальному висновку.

Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, індекс інновацій, інноваційний потенціал, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток світової економіки відбувається під впливом інновацій, оскільки вони є рушійною силою забезпечення економічного зростання в довготривалій перспективі. На даний час рівень інноваційного розвитку країн досліджується багатьма міжнародними інституціями, які формують інноваційні індекси. Складові інноваційних індексів значно різняться за групами показників, проте це дає змогу в повному обсязі виявити сильні і слабкі сторони в інноваційних процесах, методах та інструментах інноваційної політики певної країни.

Значення рейтингів інноваційного розвитку щорічно зростають, враховуючи необхідність їх застосування у проведенні досліджень в різних сферах. Адже вони досліджують і порівнюють інноваційну активність різних країн і галузей національних економік у загальному інноваційному розвитку, використовують глобальні критерії та формують певні показники, порівняльні індекси, які об'єктивно визначають стан, місце кожної країни у світовому інноваційному розвитку та їх внесок у глобальну економіку.

Тому є необхідність в детальному дослідженні сутності, складових та оцінці значень провідних інноваційних індексів з метою раціонального їх використання та формування пріоритетних напрямів інноваційної політики держави з врахуванням досвіду передових країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням інноваційних процесів як на світовому рівні, так і на рівні окремих країн займається значна кількість науковців. Серед них Н.В. Березняк, В.М. Богомазова, В. Геєць, Ю.О. Гернего, Т.К. Кваша, А. Князевич, І.В. Молчанова, С.М. Підгородецька, Т.В. Писаренко, Л.В. Рожкова, В. Соловійов, Л. Федулова, В.К. Хаустов, І.В. Ящишина та інші. Науковці приділяють значну увагу аналізу та оцінці рівня інноваційності різних країн, використовуючи при цьому різні рейтинги, індекси чи окремі показники інноваційності національних економік, враховуючи зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищі та результати ефективності інноваційних процесів.

Метою роботи є порівняння оцінок інноваційного розвитку різних країн світу на основі індексів інновацій.

Викладення основного матеріалу дослідження. Інновації відіграють провідну роль як в стратегічному, так і в тактичному розвитку будь-яких підприємств, що залучені в міжнародну сферу. Систематичний інноваційний розвиток забезпечує підтримання якісного рівня функціонування та економічного зростання підприємств.

На міжнародному рівні широко використовується інтегральна оцінка стану розвитку інноваційної системи. Найбільш поширені індекси інноваційного розвитку, за допомогою яких здійснюється оцінка інноваційного потенціалу, технологічної та інноваційної конкурентоспроможності країн, подані на рис. 1.

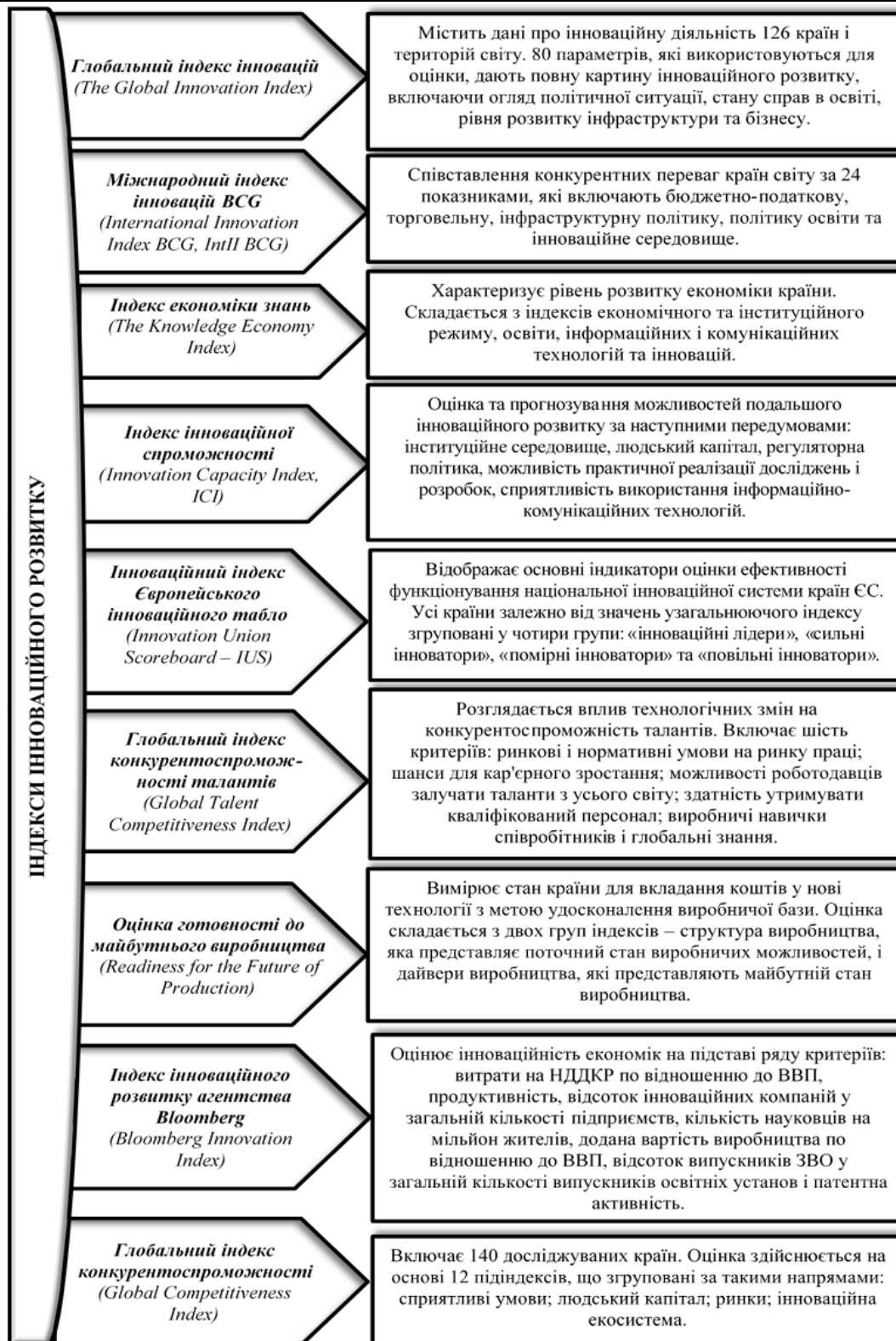


Рис. 1. Характеристика індексів інноваційного розвитку країн світу

Джерело: сформовано авторами на основі [1, 2]

Розглянемо більш детально головні з них.

Найбільш всеохоплюючим є *Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index)*. Він містить 80 параметрів, які включають огляд політичної ситуації, стану справ в освіті, рівня розвитку інфраструктури та бізнесу. Згідно з доповіддю «Глобальний індекс інновацій 2019», рейтинг провідних країн-новаторів за цим індексом вже шість років поспіль очолюють Швейцарія, Швеція, США, Нідерланди та Велика Британія серед 126 країн і територій світу (рис. 2).

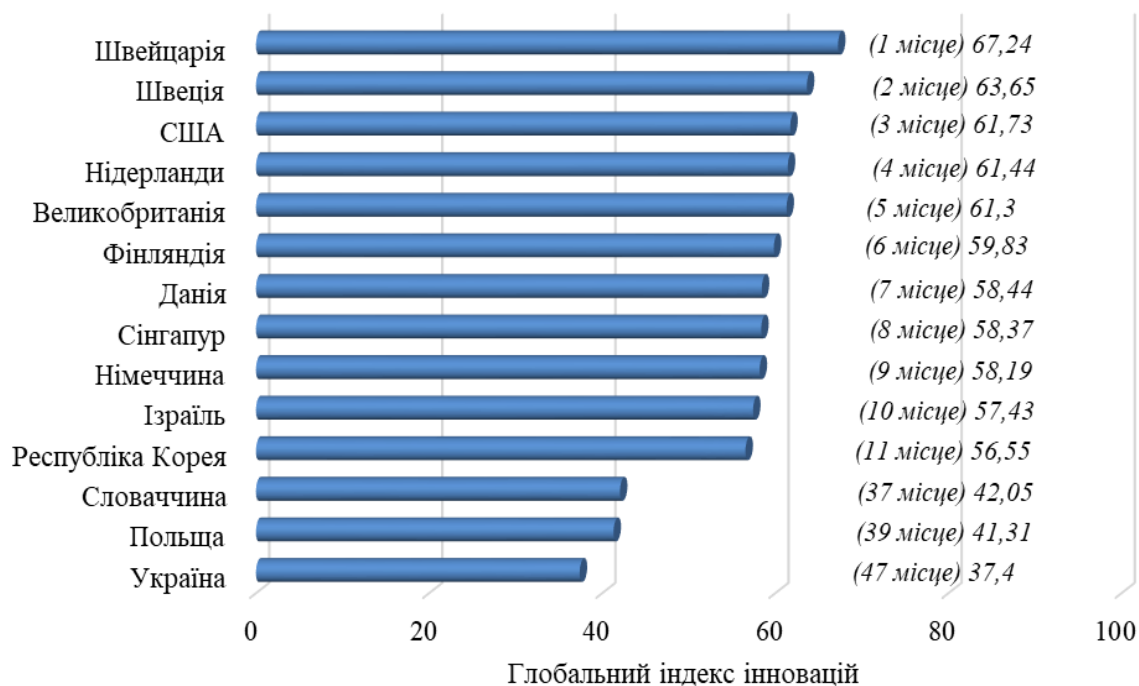


Рис. 2. Рейтинг країн за глобальним індексом інновацій, 2019 р.

Джерело: складено за [3]

У 2019 році Україна знизилася в цьому рейтингу на 4 позиції і посіла 47 місце порівняно з 43 місцем у 2018 році. Цей показник також нижче, ніж у країн-сусідів Словаччини (37 місце) та Польщі (39 місце) [3]. А в групі за рівнем доходів нижче середнього Україна посіла 1 місце. Основою української інноваційної конкурентоспроможності є людський капітал і дослідження, а також знання й результати наукових досліджень. Їх ефективна реалізація і є головною конкурентною перевагою. А в групі за рівнем доходів вище середнього Україна посіла 1 місце. Основою української інноваційної конкурентоспроможності є людський капітал і дослідження, а також знання й результати наукових досліджень. Їх ефективна реалізація і є головною конкурентною перевагою.

Разом з тим, за підіндексом «знання й результати наукових досліджень» Україна на високому 27-му місці в загальному рейтингу. Серед сильних сторін даного підіндексу варто виділити такі показники: створення знань (15-те місце), співвідношення патентів за походженням до ВВП за паритетом купівельної спроможності (19-те місце), співвідношення корисних моделей за походженням до ВВП за паритетом купівельної спроможності (1-ше місце), витрати на комп'ютерне програмне забезпечення у відсотках ВВП (17-те місце), експорт ІКТ послуг у відсотках від загального обсягу торгівлі (15-те місце).

Вже сьомий рік поспіль Рейтингове агентство Bloomberg здійснює оцінку інноваційного розвитку країн за *Індексом інноваційного розвитку агентства Bloomberg (Bloomberg Innovation Index)*, який оцінює інноваційність економік на підставі таких критеріїв, як витрати на НДДКР щодо ВВП, продуктивність, відсоток інноваційних компаній у загальній кількості підприємств, кількість науковців на мільйон жителів, додана вартість виробництва щодо ВВП, відсоток випускників ЗВО у загальній кількості випускників освітніх установ і патентна активність. Лідером даного рейтингу є Південна Корея, Німеччина посідає 2-ге місце, далі розташувалися Фінляндія, Швейцарія та Ізраїль. У 2019 р. Україна посіла 53-тє місце в рейтингу із загальним балом 48,09. Роком раніше наша країна займала 46-ту сходинку даного рейтингу. Таке падіння зумовлено послабленням позиції України за 6-ма із семи складових даного індексу (табл. 1). Разом з тим, варто зазначити, що цього року в рейтингу з'явилося 10 нових країн, які були відсутні в минулорічній версії рейтингу. При цьому 4 з них (Словенія, Бразилія, Об'єднані Арабські Емірати і Аргентина) розташувалися в рейтингу вище за Україну і фактично витіснили її за межі ТОП-50.

Таблиця 1. Рейтинг країн за складовими Інноваційного індексу Bloomberg у 2019 році

Країни	Місце у рейтингу	Загальний індекс	Інтенсивність досліджень і розробок	Виробництво з доданою вартістю	Продуктивність	Проникнення високих технологій	Ефективність вищої освіти	Концентрація досліджень	Патентна активність
Республіка Корея	1	87,38	2	2	18	4	7	7	20
Німеччина	2	87,3	7	3	24	3	14	11	7
Фінляндія	3	85,57	9	16	5	13	9	8	5
Швейцарія	4	85,49	3	4	7	8	13	3	27
Ізраїль	5	84,78	1	33	8	5	36	2	4
Сінгапур	6	84,49	13	5	11	17	1	13	14
Швеція	7	84,15	4	15	9	6	20	5	25
США	8	83,21	10	25	6	1	43	28	1
Данія	11	81,66	8	21	15	12	19	1	28
Нідерланди	15	79,54	16	29	21	7	42	12	12
Великобританія	18	75,87	20	45	26	14	5	21	19
Польща	22	69,1	36	20	40	18	16	38	37
Словаччина	39	58,03	44	10	45	50	40	36	49
Україна	53	48,05	54	58	60	37	28	46	35

Джерело: складено за [4]

Ще одним відомим індексом є *Глобальний індекс конкурентоспроможності (ГІК) (Global Competitiveness Index)*. ГІК 4.0 має 12 підіндексів, які згруповані за такими напрямками: сприятливі умови; людський капітал; ринки; інноваційна екосистема, та розраховуються на основі статистичних даних та опитувань. За даними останнього оприлюдненого звіту Світового економічного форуму про глобальну

конкуреноспроможність «The Global Competitiveness Report 2018» рейтинг очолюють США, Сінгапур та Німеччина. Україна втратила 2 позиції та посіла 83 місце в рейтингу серед 140 досліджуваних країн [2]. Географічні сусіди України мають кращі позиції: Польща – 37 місце, Словаччина – 41 (рис. 3).

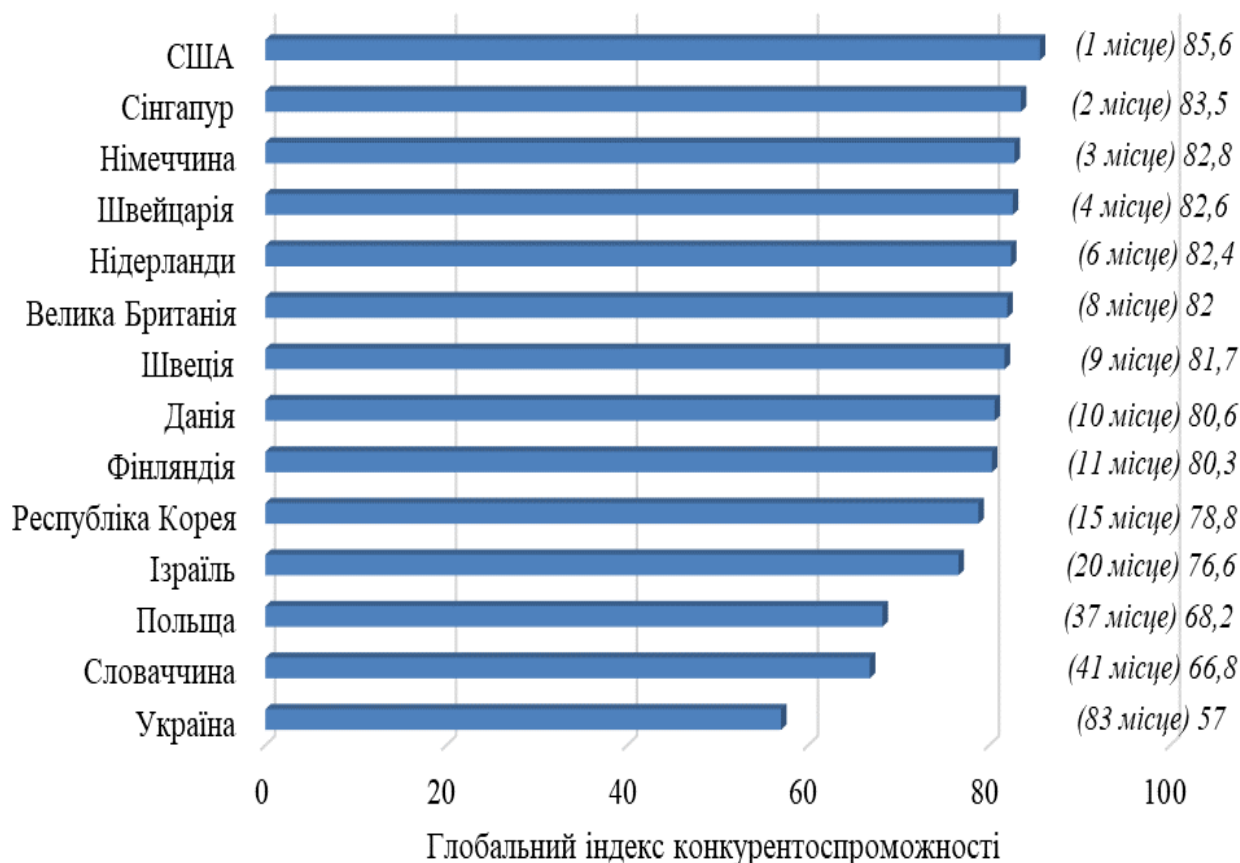


Рис. 3. Рейтинг країн за Глобальним індексом конкурентоспроможності у 2018 р.

Джерело: складено за [5]

Оцінка інноваційного розвитку країн Європи здійснюється за **Інноваційним індексом Європейського інноваційного табло (Innovation Union Scoreboard – IUS)**. Усі країни, що входять до табло, залежно від значень узагальнюючого індексу згруповані у чотири групи: «інноваційні лідери», «сильні інноватори», «помірні інноватори» та «повільні інноватори».

Для визначення членства в групі використовується така схема класифікації:

- інноваційні лідери – це всі країни, результативність (сумарний індекс) яких у 2017 році перевищує на 20 і більше відсотків середній по ЄС показник результативності за 2017 рік;
- сильні інноватори – це всі країни, результативність яких знаходиться в межах 90% і 120% від середнього показника результативності по ЄС у 2017 році;
- помірні інноватори – це всі країни, результативність яких знаходиться в межах 50% і 90% від середнього показника результативності по ЄС у 2017 році;
- повільні інноватори – це країни, результативність яких нижче 50% від середнього показника результативності по ЄС у 2017 році.

У доповіді «Європейське інноваційне табло 2018» лідером з інновацій є Швеція. У групі лідерів також Данія, Фінляндія, Німеччина та Нідерланди (табл. 2).

Таблиця 2. Рейтинг країн за Інноваційним індексом Європейського інноваційного табло за 2018 р.

Країни	Місце у рейтингу	Загальне значення	Зведений індекс груп			
			Рамкові умови	Інвестиції	Інноваційна активність	Вплив зайнятості продажів
Швейцарія	1	0,82	0,93	0,9	0,77	0,71
Швеція	2	0,71	0,84	0,68	0,65	0,65
Фінляндія	3	0,7	0,76	0,71	0,75	0,52
Данія	4	0,68	0,89	0,61	0,62	0,52
Нідерланди	5	0,65	0,78	0,53	0,62	0,62
Великобританія	7	0,62	0,67	0,58	0,5	0,78
Німеччина	9	0,61	0,44	0,72	0,66	0,69
Ізраїль	14	0,53	0,46	0,48	0,49	0,7
Словаччина	25	0,33	0,28	0,28	0,22	0,68
Польща	30	0,29	0,33	0,33	0,18	0,42
Україна	36	0,13	0,12	0,14	0,06	0,27

Джерело: складено за [6]

Відповідно до методики Україна входить до групи країн «повільні інноватори» та відстає за всіма показниками, окрім показників людські ресурси (110,3%) та вплив зайнятості (77,5%). За даними доповіді, для України характерний низький рівень ВВП на душу населення – у 2017 р. \$ 6600, у той час як середнє значення цього показника у ЄС становить \$ 28600. Темп приросту ВВП та темп приросту населення в Україні є негативним [2].

Міжнародна бізнес-школа INSEAD у партнерстві з Adecco Group і Інститутом лідерства людського капіталу (HCLI) Сінгапуру здійснює дослідження на основі *Глобального індексу конкурентоспроможності талантів (Global Talent Competitiveness Index)*. У ньому розглядається вплив технологічних змін на конкурентоспроможність талантів і підтверджується, що незважаючи на тенденцію витіснення робочих місць на всіх рівнях машинами, технології також створюють нові можливості. Основні навички, які є ключем до успіху, – це вміння працювати як з новими технологіями, так і з людьми, гнучкість і співробітництво. Сумарний індекс розраховується на основі середнього арифметичного шести критеріїв: ринкові і нормативні умови на ринку праці; шанси для кар'єрного зростання; можливості роботодавців залучати таланти з усього світу (Індекс приваблювання талантів); здатність утримувати кваліфікований персонал; виробничі навички співробітників і глобальні знання [2].

Дані табл. 3 свідчать, що згідно з Глобальним індексом конкурентоспроможності талантів 2019 Швейцарія і Сінгапур займають лідируючі місця, США і Норвегія – третє й четверте місце відповідно. До топ-10 традиційно входять країни Північної Європи (Швеція, Данія, Фінляндія), а також Нідерланди, Велика Британія та Люксембург. Україна займає 63 місце зі 125 країн. Порівняно з 2018 роком покращення спостерігається за двома із шести складових даного індексу. За значенням критерію «ринкові та нормативні можливості» Україна

піднялась на 3 позиції, а за критерієм «глобальні знання» – на 5 позицій. При цьому значно погіршилися такі показники: індекс приваблювання талантів – 105 місце проти 98-го у 2018 р., індекс утримання талантів або здатність утримувати кваліфікований персонал – 66 місце проти 58-го у 2018 р.

Таблиця 3. Рейтинг країн за Глобальним індексом конкурентоспроможності талантів за 2019 р.

Країни	Місце у рейтингу	Бізнес середовище	Зовнішня і внутрішня відкритість	Освіта і навчання	Якість життя	Працевлаштування	Інновації і лідерство
Швейцарія	1	2	5	2	1	1	4
Сінгапур	2	1	1	11	26	7	1
США	3	4	14	1	13	2	3
Данія	5	3	17	6	4	10	7
Фінляндія	6	14	15	4	5	4	15
Швеція	7	10	10	7	6	11	10
Нідерланди	8	13	16	2	7	6	17
Великобританія	9	9	9	9	11	27	5
Німеччина	14	8	20	13	10	3	23
Ізраїль	20	22	49	21	19	17	6
Республіка Корея	30	27	81	28	39	37	20
Словаччина	41	45	56	40	35	39	42
Польща	42	42	64	43	46	35	45
Україна	63	96	105	68	66	45	37

Джерело: складено за [7]

У міру того, як четверта промислова революція набирає обертів, особи, які приймають рішення, стикаються з новим набором невизначеностей щодо майбутнього виробництва. Швидко розвиваються технології, такі як «Інтернет речей», штучний інтелект, робототехніка й адитивне виробництво тощо, які фундаментально перетворюють глобальне виробництво. Все це вимагає рейтингування відповідно до *Оцінки готовності до майбутнього виробництва (Readiness for the Future of Production)*. Результати даного рейтингу свідчать, наскільки добре країни можуть формувати і отримувати вигоду з мінливого характеру виробництва за допомогою прийняття нових технологій. Оцінка складається з двох груп індексів – Структура виробництва, яка представляє поточний стан виробничих можливостей, і Драйвери виробництва, які представляють майбутній стан виробництва, – і вимірює стан країни для вкладання коштів у нові технології з метою удосконалення виробничої бази. Ці дві групи індексів включають в себе ряд факторів, які були оцінені для 100 країн [2].

Дослідження охоплює 25 провідних країн, 10 наслідуючих країн, 7 країн з високим потенціалом, 58 країн з перехідною економікою. Україна входить до групи країн з

перехідною економікою. За структурою виробництва до першої п'ятірки входять Японія, Південна Корея, Німеччина, Швейцарія та Китай. Україна за структурою виробництва посідає 6 місце у своїй групі країн і 43 у загальному рейтингу країн, що оцінювалися. При цьому за складністю виробництва Україна на 41 місці, а за масштабом – на 57.

Країни-сусіди України за структурою виробництва розташувалися у рейтингу таким чином: Польща – 19 місце, Словаччина – 16 (рис. 4).

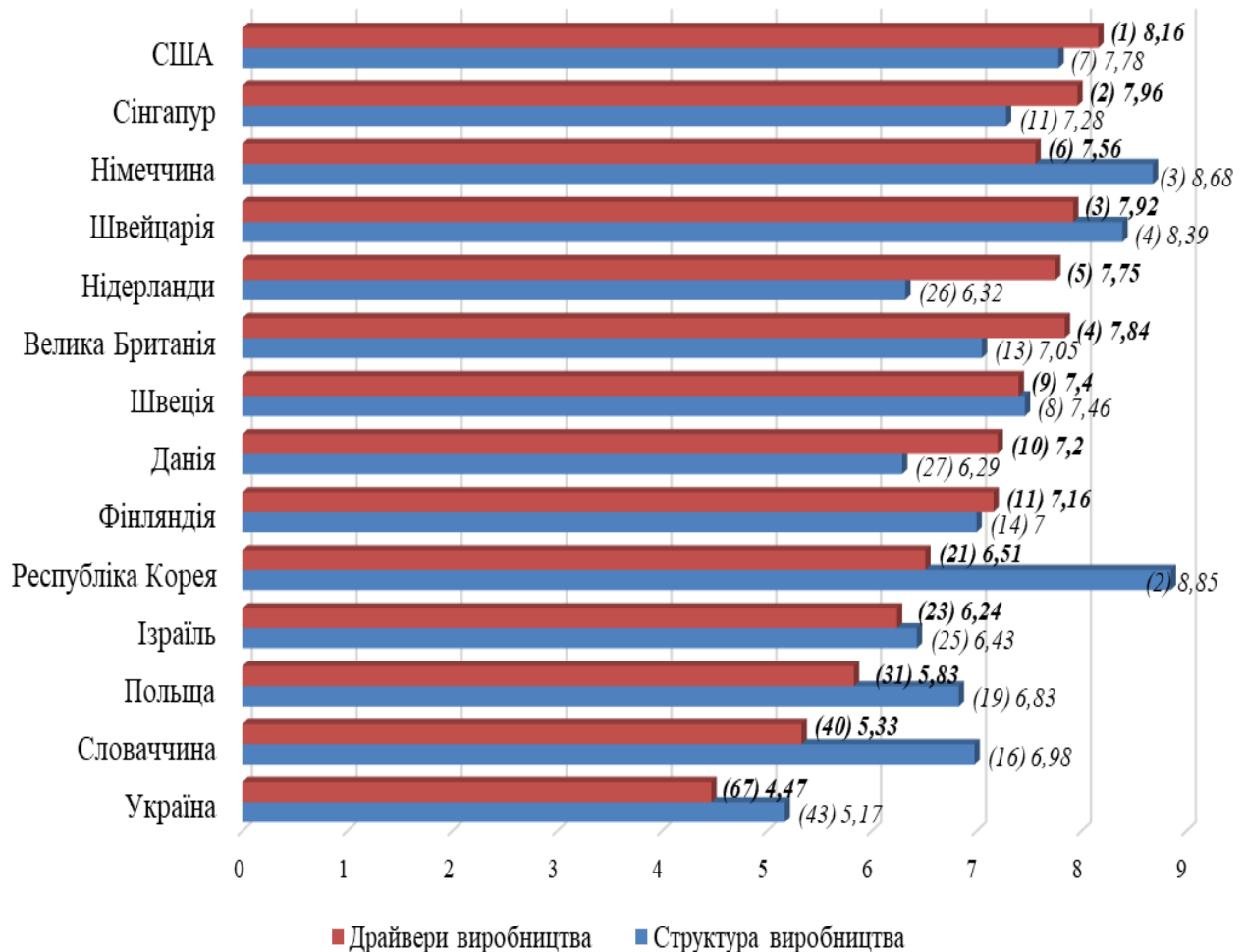


Рис. 4. Рейтинг країн відповідно Оцінки готовності до майбутнього виробництва за 2018 рік

Джерело: складено за [8]

За сумарною оцінкою драйверів виробництва лідерами є США, Сінгапур, Швейцарія, Велика Британія, Нідерланди. Україна ж у своїй групі країн на 25 місці, у загальному рейтингу країн Україна розташувалася на 67 позиції. При цьому Польща на 31 місці, Словаччина – на 40.

Як бачимо, кожен інноваційний індекс будується відповідно певних критеріїв, але їх різноманіття не дає чіткої картини, яка ж країна є беззаперечним лідером у інноваційному

розвитку. Це підтверджують дані зведеної табл. 4. Так, три перших місця має Швейцарія, два – США, одне – Республіка Корея.

Таблиця 4. Порівняльна рейтингова оцінка інноваційного розвитку країн світу за 2018-2019 рр.

Країни	Вид рейтингової оцінки						Оцінки готовності до майбутнього виробництва	
	Глобальний індекс інновацій	Індекс інноваційного розвитку агентства Bloomberg	Глобальний індекс конкурентоспроможності	Інноваційний індекс Європейського інноваційного табло	Глобальний індекс конкурентоспроможності талантів	Структура виробництва	Драйвери виробництва	
Швейцарія	1	4	4	1	1	4	3	
Сінгапур	8	6	2	*	2	11	2	
США	3	8	1	*	3	7	1	
Данія	7	11	10	4	5	27	10	
Фінляндія	6	3	11	3	6	14	11	
Швеція	2	7	9	2	7	8	9	
Нідерланди	4	15	6	5	8	26	5	
Великобританія	5	18	8	7	9	13	4	
Німеччина	9	2	3	9	14	3	6	
Ізраїль	10	5	20	14	20	25	23	
Республіка Корея	11	1	15	*	30	2	21	
Словаччина	37	39	41	25	41	16	40	
Польща	39	22	37	30	42	19	31	
Україна	47	53	57	36	63	43	67	

* вказаний рейтинг для даних країн не розраховується

Джерело: розроблено авторами

Висновки. Грунтуючись на порівняльній оцінці рейтингів серед лідерів в сфері інновацій та інноваційного розвитку станом на 2019 рік можна виділити Швейцарію, США, Швецію, Нідерланди та Сінгапур. Разом з тим, дуже важко визначити безпосереднього лідера, оскільки країни за різними індексами мають різні місця в рейтингу.

Проведене дослідження враховувало шість індексів з десяти існуючих, порівняльний аналіз яких свідчить про досить велику різницю в оцінках. Так, наприклад, Швейцарія має три перших місця (за Глобальним індексом інновацій, за Інноваційним індексом Європейського інноваційного табло та за Глобальним індексом конкурентоспроможності талантів) та три четвертих місця (за Глобальним індексом конкурентоспроможності, за Індексом інноваційного розвитку агентства Bloomberg, за Оцінкою готовності до майбутнього виробництва). Місця Сінгапуру різняться від 2 до 11, США – від 1 до 8. Розбіг місць в рейтингах України – від 36 до 67. Оскільки кожен інноваційний індекс будується

відповідно певних критеріїв, їх різноманіття не дає чіткої картини, яка ж країна є беззаперечним лідером у інноваційному розвитку.

Виходячи з наявності у Швейцарії трьох перших місць за різними оцінками інноваційного розвитку, можна певною мірою стверджувати про її лідерство в сфері інновацій та інноваційного розвитку. Проте це досить суб'єктивний висновок. Більш об'єктивна оцінка вимагає розробки відповідної методики, що базується на економіко-математичних методах дослідження та обґрунтовує вагомість кожного індексу в загальному висновку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гернего Ю. О., Підгородецька С. М. Індекси інноваційного розвитку країн світу. *Університетські наукові записки*. 2014. №1 (49). С. 339-346.
2. *Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналітична довідка* / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. – К.: УкрІНТЕІ, 2019. 80 с.
3. *Global Innovation Index 2019*. URL: <https://globalinnovationindex.org>.
4. *Рейтинг инновационных экономик 2019: Bloomberg Innovation Index 2019*. URL: <https://theworldonly.org/rejting-innovatsionnyh-ekonomik-2019/>.
5. *The Global Competitiveness Report 2018*. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>.
6. *Panel of Innovation Indicators of the European Union and the Basque Country by countries. Ranking. 2019*. Eustat. URL: https://en.eustat.eus/elementos/ele0006100/Panel_of_Innovation_Indicators_of_the_European_Union_and_the_Basque_Country_by_countries_Ranking/tbl0006182_i.html.
7. *The Global Talent Competitiveness Index 2019*. URL: <https://gtcistudy.com/wpcontent/uploads/2019/01/GTCI-2019-Report.pdf>.
8. *Readiness for the Future of Production Report 2018*. URL: http://www3.weforum.org/docs/FOP_Readiness_Report_2018.pdf.

REFERENCES

1. Herneho Yu. O. and Pidhorodetska S. M. (2014), "Innovation Index of development by countries of the world" *Universytetski Naukovi Zapysky*, №1 (49). pp. 339-346.
2. State of innovation and technology transfer activities in Ukraine in 2018 (2019) *analitichna dovidka* / T.V. Pysarenko, T.K. Kvasha ta in. – K.: UkrINTEI, 80 p.
3. Global Innovation Index 2019 (2019), available at: <https://globalinnovationindex.org>. (Accessed 25 January 2019).
4. Рейтинг инновационных экономик 2019: Bloomberg Innovation Index 2019 (2019), available at: <https://theworldonly.org/rejting-innovatsionnyh-ekonomik-2019/>. (Accessed 25 January 2019).
5. The Global Competitiveness Report 2018 (2018), available at: / <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>.
6. Panel of Innovation Indicators of the European Union and the Basque Country by countries. Ranking. 2019. Eustat. (2019), available at: https://en.eustat.eus/elementos/ele0006100/Panel_of_Innovation_Indicators_of_the_European_Union_and_the_Basque_Country_by_countries_Ranking/tbl0006182_i.html. (Accessed 25 January 2019).
7. The Global Talent Competitiveness Index 2019 (2019), available at: <https://gtcistudy.com/wpcontent/uploads/2019/01/GTCI-2019-Report.pdf>.
8. Readiness for the Future of Production Report 2018 (2018), available at: http://www3.weforum.org/docs/FOP_Readiness_Report_2018.pdf.

Марина Ковбатюк, к.э.н., профессор

(заведующая каф. «Теоретическая и прикладная экономика», Государственный университет инфраструктуры и технологий)

Виктория Шкляр, к.э.н, доцент

(доцент каф. «Теоретическая и прикладная экономики», Государственный университет инфраструктуры и технологий)

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СТРАН МИРА

Международными институтами проводятся, формируются и публикуются ежегодные рейтинги инновационно активных и инновационно привлекательных стран. Данные рейтинги формируются на основе групп показателей, по которым рассчитываются соответствующие индексы. В статье проведен анализ составляющих групп показателей основных инновационных индексов, определены их отличия и проведено сравнительную оценку инновационного развития стран мира. Определено, что к наиболее известным рейтинговым оценкам, с помощью которых осуществляется оценка инновационного потенциала, технологической и инновационной конкурентоспособности стран относятся: Глобальный индекс инноваций (The Global Innovation Index), Международный индекс инноваций BCG (International Innovation Index BCG), Индекс экономики знаний (The Knowledge Economy Index), Индекс инновационной способности (Innovation Capacity Index), Инновационный индекс Европейского инновационного табло (Innovation Union Scoreboard), Глобальный индекс конкурентоспособности талантов (Global Talent Competitiveness Index), Оценка готовности к будущему производству (Readiness for the Future of Production), Индекс инновационного развития агентства Bloomberg (Bloomberg Innovation Index) и Глобальный индекс конкурентоспособности (Global Competitiveness Index).

Основываясь на сравнительной оценке рейтингов среди лидеров в области инноваций и инновационного развития по состоянию на 2019 год, можно выделить Швейцарию, США, Швецию, Нидерланды и Сингапур. В то же время очень трудно определить непосредственного лидера, поскольку страны по разным индексам имеют различные места в рейтинге.

Проведенное исследование учитывало шесть индексов из десяти существующих, сравнительный анализ которых свидетельствует о достаточно большой разнице в оценках. Так, например, Швейцария имеет три первых места (по Глобальному индексу инноваций, по Инновационному индексу Европейского инновационного табло и по Глобальному индексу конкурентоспособности талантов) и три четвертых места (по Глобальному индексу конкурентоспособности, по Индексу инновационного развития агентства Bloomberg, по Оценке готовности к будущему производству). Места Сингапура отличаются от 2 до 11, США – от 1 до 8. Отличия мест в рейтингах Украины – от 36 до 67. Поскольку каждый инновационный индекс строится в соответствии с определенными критериями, их разнообразие не дает четкой картины, какая страна является бесспорным лидером в инновационном развитии.

Исходя из наличия у Швейцарии трех первых мест по разным оценкам инновационного развития, можно говорить о ее лидерстве в сфере инноваций и инновационного развития. В то же время это довольно субъективный вывод. Более объективная оценка требует разработки соответствующей методики, основанной на экономико-математических методах исследования и обоснования значимости каждого индекса в общей оценке.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, индекс инноваций, инновационный потенциал, конкурентоспособность.

*Maryna Kovbatiuk, Candidate of Sciences (Economics), Professor
(Head of Department of Theoretical and Applied Economics, State University of Infrastructure and Technologies)*

*Viktoriya Shklyar, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor
(Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Economics, the State University of Infrastructure and Technologies)*

COMPARATIVE ASSESSMENT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE COUNTRIES OF THE WORLD

International institutes conduct, form and publish annual ratings of innovatively active and innovatively attractive countries. These ratings are formed on the basis of groups of indicators by which the corresponding indices are calculated. The article analyzes the constituent groups of indicators of the main innovative indices, identifies their differences and makes a comparative assessment of the innovative development of the countries of the world. It has been determined that the most well-known ratings with which to assess the innovative potential, technological and innovative competitiveness of countries include: The Global Innovation Index, International Innovation Index BCG, The Knowledge Economy Index, Innovation Capacity Index, Innovation Union Scoreboard, Global Talent Competitiveness Index, Readiness for the Future of Production, Bloomberg Innovation Index and Global Competitiveness Index.

Based on a comparative assessment of the ratings among the leaders in the field of innovation and innovative development as of 2019, we can distinguish Switzerland, the USA, Sweden, the Netherlands and Singapore. At the same time, it is very difficult to determine the immediate leader, since countries according to different indices have different places in the ranking.

The study took into account six of the ten existing indices, a comparative analysis of which indicates a fairly large difference in the estimates. For example, Switzerland has three first places (in the Global Innovation Index, in the Innovation Index of the European Innovation Scoreboard and in the Global Talent Competitiveness Index) and three fourth places (in the Global Competitiveness Index, Bloomberg Agency for Innovative Development Index, and Future Readiness Assessment production). Places in Singapore differ from 2 to 11, the United States - from 1 to 8. The differences in the ratings of Ukraine - from 36 to 67. Since each innovation index is built in accordance with certain criteria, their diversity does not give a clear picture of which country is the undisputed leader in innovative development. Based on the fact that Switzerland has three first places according to various estimates of innovative development, we can talk about its leadership in the field of innovation and innovative development. At the same time, this is a rather subjective conclusion. A more objective assessment requires the development of an appropriate methodology based on economic and mathematical research methods and substantiation of the significance of each index in the overall assessment.

Keywords: innovation, innovative development, innovation index, innovative potential, competitiveness.

Оксана Карпенко

*(завідувачка кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування,
Державний університет інфраструктури та технологій)*

ORCID ID 0000-0003-2943-1982

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто умови функціонування телекомунікаційних підприємств в українських реаліях, визначено, що для виживання на конкурентному ринку діяльність цих підприємств повинна бути спрямована на процес інноваційного розвитку. Встановлено, що телекомунікаційна сфера відіграє визначну роль у процесі розвитку соціально-економічних відносин в усіх системах функціонування економіки, оскільки саме телекомунікаційні підприємства забезпечують проникнення високотехнологічних інформаційних та телекомунікаційних нововведень у виробництво, життєдіяльність, забезпечуючи інноваційний розвиток підприємств, галузей, економіки в цілому. Здійснюваний нині перехід до інформаційного суспільства обумовив зростання попиту на інформаційні та телекомунікаційні послуги, а разом з цим – зростання кількості підприємств, зайнятих у сфері надання таких послуг. Розглянуто характеристики напрямів діяльності телекомунікаційних підприємств і самих телекомунікаційних послуг, на основі чого зроблено висновок про різке зростання ролі інтернет-маркетингу, який уособлює найважливіший напрям формування інноваційної політики телекомунікаційного підприємства. Показано, що досягнення необхідного рівня прибутковості та конкурентоспроможності підприємства вимагає впровадження нових маркетингових підходів до просування телекомунікаційних послуг на конкурентному ринку з урахуванням досягнень науково-технічного прогресу, розвитку економіки та прагнення задоволення постійно зростаючих потреб споживачів на умовах, вигідних як споживачу послуги, так і її надавачу. За таких умов телекомунікаційні підприємства для утримання конкурентних ринкових позицій сьогодні поряд із розширенням спектру послуг та забезпечення їх високої якості повинні постійно впроваджувати інновації, максимально інтелектуалізувати бізнес-процеси, упроваджувати нові технології у виробництві та наданні послуг.

Ключові слова: Інтернет-маркетинг, інноваційний розвиток, телекомунікаційні підприємства, інформаційна економіка, телекомунікаційні послуги.

Постановка проблеми. Включення України в глобалізаційні процеси на тлі складних соціально-економічних умов і кризового стану національної економіки, нестабільності зовнішнього середовища і загострення конкуренції спонукає вітчизняні телекомунікаційні підприємства, які є чи не основними суб'єктами господарювання, що забезпечують проникнення високотехнологічних інформаційних та телекомунікаційних нововведень у виробництво, життєдіяльність, економіку країни, до пошуку шляхів стійкого економічного розвитку, переорієнтації зусиль у площину інноваційного розвитку. Здійснюваний нині перехід до інформаційного суспільства вимагає широкого впровадження прогресивних

© Карпенко О.О., 2020

інформаційно-комунікаційних технологій, інноваційних нововведень, сучасних підходів до маркетингу, сприйняття і реалізація яких матиме визначальний вплив на розвиток телекомунікаційних підприємств завдяки успішному просуванню телекомунікаційних послуг на ринку, збільшенню прибутковості діяльності цих підприємств, створенню підґрунтя для забезпечення стійких конкурентних переваг на нинішньому етапі і в майбутньому. Наведене вказує на своєчасність та актуальність дослідження питання визначення ролі і значення маркетингу в системі забезпечення інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств. **Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання забезпечення розвитку підприємств, у тому числі, інноваційного розвитку в умовах переходу від постіндустріальної до інформаційної економіки розглядали в роботах такі вчені, як І. Ансофф [3], Р.А. Фатхутдинов [4], С.В. Тищенко, В.А. Якобчук [6], Д. Белл [7], І.В. Ящишина [8], А.А. Чухно [9], Ф. Махлуп [10], С.М. Ілляшенко [16] та багато інших.

Вирішенню проблеми забезпечення економічного розвитку підприємств, зокрема телекомунікаційних, присвячено праці таких науковців, як Н.Т. Мала, О.В. Грабельська [1], А.В. Дакус, Н.О. Сімченко [5], М.А. Дем'янчук [17], О. Татарников [18], І.А. Дяченко [20] та багатьох інших.

Сутність Інтернет-маркетингу та його впровадження в електронному бізнесі певною мірою розкриті в роботах таких вчених, як Л.С. Ринейська [19], С.М. Ілляшенко [21], Г.В. Мозгова [22], А. Ярликів [23], В.Л. Плескач [24], Ф. Вірін [25] та багатьох інших.

Проте, з огляду на активне впровадження досягнень науки і техніки в царині інформаційних і телекомунікаційних технологій, питання, що стосуються Інтернет-маркетингу як інструмента комунікацій в системі забезпечення інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств, постійно перебувають у фокусі уваги науковців та практиків.

Мета статті – дослідження ролі маркетингу для забезпечення інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні умови функціонування вітчизняних підприємств характеризуються затяжною фінансово-економічною кризою, політичною нестабільністю, зростанням рівня невизначеності зовнішнього середовища, неспроможністю забезпечення високих результатів господарської діяльності тощо. Тому діяльність підприємств повинна бути спрямована не лише на виживання в умовах конкуренції, але й на процес безперервного розвитку. Важливим процесом, спрямованим на вирішення перелічених вище завдань, є економічний розвиток [1].

Розвиток є одним з найважливіших понять у загальній системі знань, категорією, яка характерна для всіх сфер суспільного життя. Розвиток супроводжує людство протягом усього періоду його існування.

Основні закони діалектики як науки про розвиток, визначають джерело розвитку (закон єдності та боротьби протилежностей), механізм розвитку (закон переходу кількісних змін у якісні), траєкторію руху в процесі розвитку (закон заперечення заперечення) [2]. Розвиток стосується не стільки того, що є, скільки того, що може бути зроблене з тим, що є [3, с. 306]. Розвиток буває екстенсивним, інтенсивним, внутрішнім (джерело такого розвитку знаходиться всередині об'єкта) і зовнішнім (визначається лише зовнішніми чинниками). Розвиток тісно пов'язаний з функціонуванням різних об'єктів, проте функціонування може мати і зворотний характер [4, с. 247].

Розвиток може проявлятися як у прогресі, так і в регресі, і виражатися в еволюційній або революційній формі. Прогрес забезпечує розвиток системи від нижчого рівня до вищого, вдосконалюючи систему, підвищуючи рівень організації системи. В економічному плані це проявляється в ускладненні підприємства, покращенні його ефективності, переході на більш якісний рівень технологій тощо [5].

Економічний розвиток підприємства – це процес якісних і кількісних змін господарської діяльності, що дає змогу підприємству підвищувати результативність своєї діяльності шляхом ефективного використання всіх наявних ресурсів. Слід зазначити, що сучасна світова економіка, глобалізація відносин в усіх сферах світового господарства, ринкові перетворення тощо спонукають підприємства до зміни ролі і значення багатьох факторів економічного розвитку, у тому числі, щодо використання ресурсів і тенденцій економічного розвитку взагалі.

Прогресивні зрушення в розвитку світової економіки у другій половині ХХ ст. – першому десятиріччі ХХІ ст. торкнулися майже всіх сфер життєдіяльності, і, насамперед, науково-технічної та соціально-економічної. Завдяки цьому, як ніколи раніше, суспільство зосередилося на вирішенні проблем ефективного використання інновацій, зменшення шкідливого техногенного впливу на довкілля, вчасного і успішного запровадження результатів науково-технічних відкриттів, розробки змін у системі соціальних та економічних параметрів життя населення тощо [6].

Етапи розвитку світової економіки увійшли в історію людства у вигляді концепцій, які можна коротко охарактеризувати таким чином. Так, концепція постіндустріального суспільства, що набула популярності у другій половині ХХ ст., пов'язана з інтелектуалізацією всіх сфер суспільного життя і підвищенням значення інформації та знань як визначальних чинників розвитку економіки. Засновником теорії постіндустріального суспільства вважається відомий американський економіст Даніел Белл [7].

Основні риси постіндустріального суспільства: провідна роль теоретичного знання в основі технологічних інновацій; нова інтегральна технологія вирішення технічних, економічних та соціальних проблем; вирішальна роль «носіїв знання» – технічних спеціалістів, професіоналів, перехід від виробництва товарів до виробництва послуг, утвердження нового характеру праці як взаємодії між людьми тощо [8].

Аналізуючи визначальні риси постіндустріального суспільства, відомий український вчений А.А. Чухно звертає увагу на те, що «досягнення високого рівня техніки і технології, зосередження переважної частини працездатних у сфері послуг, тобто у галузях, які виробляють знання та інформацію, забезпечують не лише небачений рівень добробуту, а й створюють умови для розвитку творчості людини, піднесення її ролі у виробництві та в житті суспільства» [9].

Поряд з концепцією постіндустріального суспільства наприкінці 90-х років ХХ ст. з'явився термін «економіка знань» або «економіка, заснована на знаннях» (в прямому перекладі з англійської *knowledge-based economy*), введений в науковий оборот австро-американським вченим Фріцем Махлупом у 1962 р. Цей новий тип економіки відрізняється від попередніх – аграрного та індустріального – тим, що найважливішими факторами розвитку економіки вважаються знання і людський капітал [10].

Становленню та розвитку економіки знань приділяється увага в Європейському Союзі. Так, Європейською Комісією розроблено стратегію «Європа 2020. Стратегія інтелектуального, стабільного та продуктивного зростання», де розвиток економіки, що базується на знаннях та інноваціях, визначено найголовнішим пріоритетом [11].

Велике значення економіки знань полягає в тому, що вона є підґрунтям «інноваційної економіки». Народження концепції інноваційної економіки відбулося на базі використання в середині ХХ ст. досягнень науково-технічного прогресу та визнання пріоритетного значення нововведень для розвитку економіки і суспільства.

До характерних ознак інноваційної економіки слід віднести: випереджувальний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій і впровадження їх в усі сфери виробництва і суспільного життя, створення та розвиток інформаційних систем, які уможливають швидке розповсюдження та отримання інформації, широкий доступ до сучасних інформаційних

технологій для підтримки постійно здійснюваного НТП та інноваційного розвитку; зміна ролі людських ресурсів, у тому числі, підготовка спеціалістів підприємств і організацій в галузі нових технологій, маркетингу, виробництва, інноваційного менеджменту, які здатні плідно працювати на ринку нововведень [6].

Бурхливий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, комп'ютеризація та автоматизація бізнес-процесів, визнання пріоритетності знань та інновацій для суспільно-економічного розвитку обумовили концепцію інформаційної економіки, характерним для якої є інноваційний розвиток і повсюдне впровадження сучасних інформаційних технологій у виробництво та інші сфери суспільної діяльності, інтелектуальний розвиток, в основу якого покладено знання та інформацію; розвиток високих технологій; розвиток інформаційно-комунікаційних технологій.

Світова економіка характеризується швидкозмінним ринковим середовищем, скороченням життєвого циклу продуктів і послуг, глобалізацією господарських зв'язків на базі Інтернету й сучасних інформаційно-комунікаційних технологій і постійним пошуком нових можливостей для інноваційного розвитку підприємств. І справа не лише в тому, що скорочується життєвий цикл продуктів і послуг – коротшими стають життєві цикли моделей бізнесу залежно від розвитку світової економіки.

Особливої актуальності набуває розробка принципів і моделей нової теорії організації і управління підприємствами, що буде визначати належність підприємства до інтелектуальної економіки найближчого майбутнього. Першорядними задачами на даному етапі економічного розвитку є: активний розвиток практики інновацій; впровадження і розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ); упровадження Інтернет-маркетингу; входження в єдиний інформаційний простір та єдиний економічний простір тощо.

Отже, сучасною тенденцією розвитку світової економіки виступає процес інтелектуалізації життєдіяльності суспільства, в якому конкурентоспроможність підприємств та економіки в цілому визначається рівнем упровадження інновацій та ступенем інтелектуального розвитку, що базується на знаннях та інформації.

Звідси випливає, що вирішальне значення для розвитку соціально-економічних відносин набувають галузі, серед яких чільне місце займають телекомунікації – технології і телекомунікаційні підприємства, які надають можливість передавати, зберігати, перетворювати інформацію у вигляді цифрових даних та голосу. Телекомунікації – відносно нова галузь економіки, проте її вплив на економіку і суспільство є колосальним.

За методикою Міжнародного союзу електрозв'язку (International Telecommunication Union), спеціалізованого підрозділу ООН, що визначає світові стандарти у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, визначається Індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ICT Development Index).

ICT Development Index – це комбінований показник, що характеризує досягнення країн світу з точки зору розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Розраховується Індекс, розроблений в 2007 році, на основі 11 показників, якими Міжнародний союз електрозв'язку оперує в своїх оцінках розвитку ІКТ.

Динаміка деяких показників, які характеризують глобальні досягнення в області ІКТ за розрахунками Міжнародного союзу електрозв'язку, наведено на рис. 1.

Індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій зводить показники в єдиний критерій, який покликаний порівнювати досягнення країн світу у розвитку ІКТ та може бути використаний як інструмент для проведення порівняльного аналізу на глобальному, регіональному та національному рівнях.

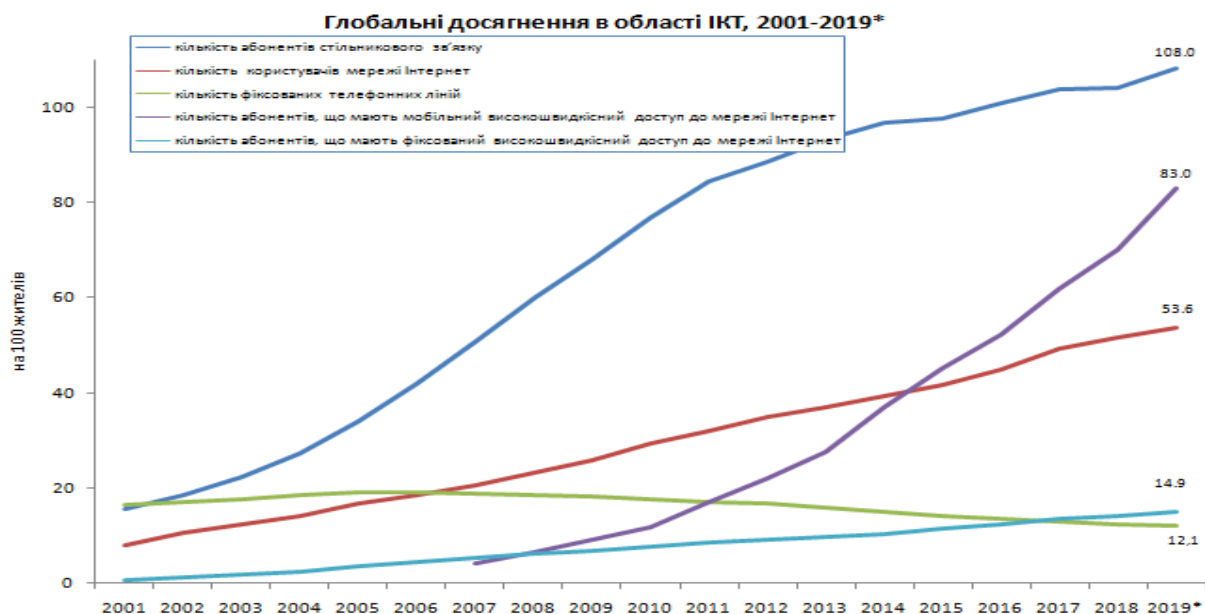


Рис. 1. Глобальні досягнення в області ІКТ

Джерело: [12]

Ці показники стосуються доступу до ІКТ, використання ІКТ, а також навичок, тобто практичного знання цих технологій населенням країн, охоплених дослідженням. Базові показники, на основі яких формується ICT Development Index, а також їхнє значення для України за 2017 рік, наведено в табл. 1.

Таблиця 1. Індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій

Базові показники та групи підіндексів	Значення показників для України відповідно до ICT Development Index 2017
I. Індекс доступу до ІКТ (IDI ACCESS SUB-INDEX)	6.60
кількість фіксованих телефонних ліній на 100 людей населення (Fixed-telephone subscriptions per 100 inhabitants);	19.76
кількість абонентів стільникового зв'язку на 100 людей населення (Mobile-cellular telephone subscriptions per 100 inhabitants);	132.62
швидкість міжнародного доступу до мережі Інтернет (бит/с) на користувача мережі Інтернет (International internet bandwidth per Internet user (Bit/s);	79884.65
частка домашніх господарств, що мають комп'ютери, у загальній кількості домогосподарств (Percentage of households with computer);	65.10
частка домашніх господарств, що мають доступ до мережі Інтернет, у загальній кількості домогосподарств (Percentage of households with Internet access).	54.79
II. Індекс користувача ІКТ (IDI USE SUB-INDEX)	3.17
кількість користувачів мережі Інтернет на 100 людей населення (Percentage of individuals using the Internet);	52.48

ІНШІ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

Закінчення табл. 1

кількість абонентів, що мають фіксований високошвидкісний доступ до мережі Інтернет на 100 людей населення (Fixed (wired)-broadband subscriptions per 100 inhabitants);	11.99
кількість абонентів, що мають мобільний високошвидкісний доступ до мережі Інтернет на 100 людей населення (Active mobile-broadband subscriptions per 100 inhabitants).	22.57
III. Індекс практичних навичок в області ІКТ (IDI SKILLS SUB-INDEX)	8.56
середній період навчання в школі (Mean years of schooling);	11.30
загальний бруто-коефіцієнт охоплення загальною середньою освітою (Secondary gross enrolment ratio);	99.24
загальний бруто-коефіцієнт охоплення вищою освітою (Tertiary gross enrolment ratio).	82.31

Джерело: [13, 14]

За Індексом розвитку ІКТ (ICT Development Index) відповідно до Звіту Міжнародного союзу електрозв'язку «Вимірювання інформаційного суспільства 2017» Україна посіла 79 місце з 176 країн (відповідно до Звіту МСЕ за 2016 рік – 78 місце з 175 країн світу). Порівняння показників ICT Development Index за 2016-2017 роки для України наведено на рис. 2.

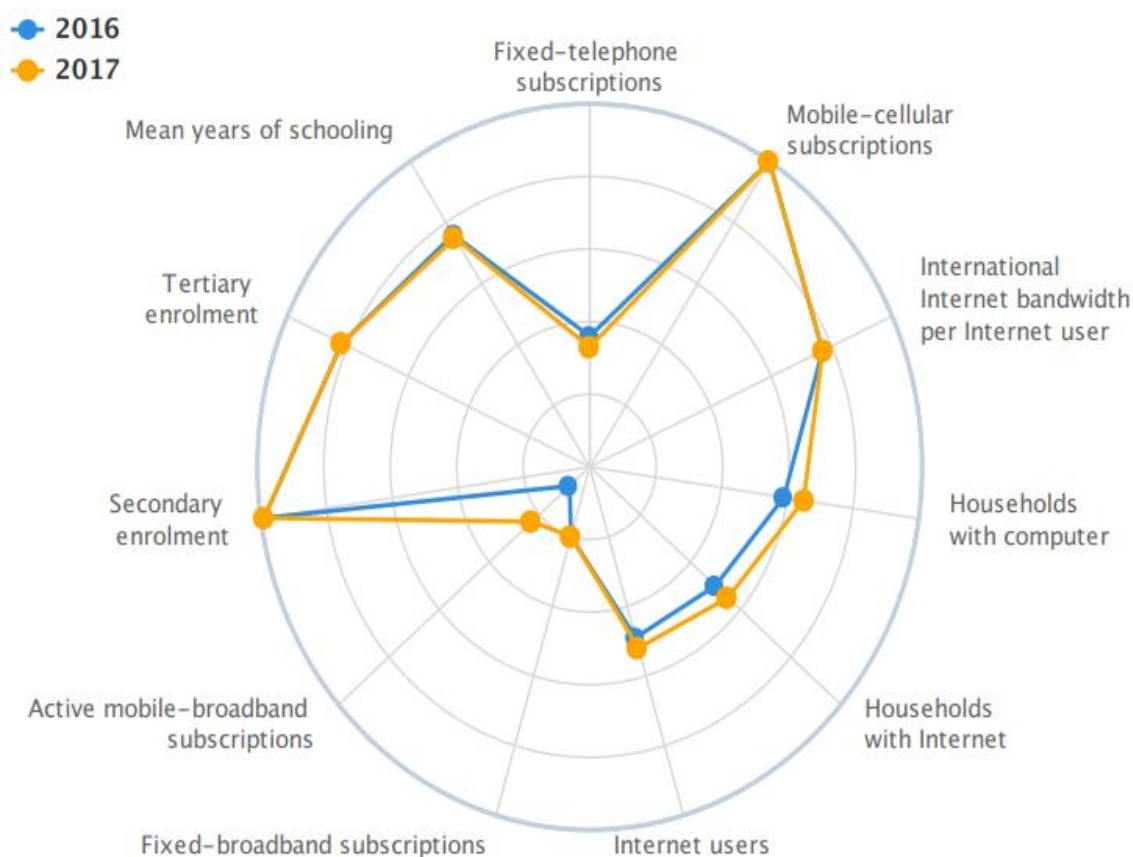


Рис. 2. Порівняння показників ICT Development Index за 2016-2017 роки для України

Джерело: [14]

Однією із причин невисокого місця України в зазначеному рейтингу є нерівномірність доступу до ІКТ в регіонах, що підтверджують результати аналізу стану розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури та впровадження ІКТ в різні сфери життєдіяльності регіонів [15].

Широке впровадження інформаційних і телекомунікаційних технологій, інноваційний розвиток телекомунікаційних підприємств є необхідною умовою розвитку інформаційної економіки. Інноваційна стратегія підприємства є функцією його технологічних можливостей (внутрішніх і зовнішніх), ринкових цілей та конкурентних позицій. У XXI ст. інформаційні і телекомунікаційні технології, Інтернет, виробництво обладнання, створення програмного та інформаційного забезпечення, надання інформаційних послуг споживачам тощо докорінним чином впливають на розвиток усіх без винятку сфер життя суспільства. Звідси – зростає попит на телекомунікаційні послуги, а разом з тим і кількість сучасних підприємств, зайнятих у сфері надання таких послуг. За таких умов телекомунікаційні підприємства для утримання конкурентних ринкових позицій сьогодні поряд із розширенням спектру послуг та забезпечення їх високої якості повинні постійно впроваджувати інновації, максимально інтелектуалізувати бізнес-процеси – упроваджувати нові технології у виробництві, наданні послуг, в управлінській сфері; організувати дієву систему перетворення інформації і знань у головну продуктивну силу підприємства тощо.

Світовий досвід підтверджує, що макроекономічне середовище створює стимули для розвитку підприємств на основі впровадження інновацій, що в свою чергу потребує:

ринкового потенціалу (наявності підкріпленого купівельною спроможністю попиту або можливості формування попиту (для принципово нових продуктів));

інноваційного потенціалу розробника інновацій (можливості втілення досягнень науки і техніки в конкретні продукти, здатні задовольнити запити споживачів);

виробничо-збутового потенціалу (економічної можливості і доцільності підприємства-інноватора розробити, виготовити (або придбати) і просувати інновації на ринку) [16].

Напрями інноваційної політики телекомунікаційних підприємств значною мірою визначаються особливостями телекомунікаційної галузі, серед яких є те, що:

телекомунікаційна сфера надає ринку унікальний продукт, що поєднує в собі матеріальне виробництво, сферу послуг і технології;

потенційним цільовим ринком телекомунікаційної продукції є більша частина населення, а ступінь його охопту залежить лише від фактора часу та нових технічних можливостей;

через технічні характеристики продукції телекомунікаційних підприємств практично неможливо та недоцільно діяти тільки в національних рамках [17].

Разом з тим, самі телекомунікаційні послуги відрізняються від інших тим, що:

номенклатура послуг відносно стійка, однак зміна технології й організації їх надання мають значний вплив на соціально-економічні характеристики і функції послуг;

має місце одночасне співіснування традиційних і передових технологій надання послуг та значні строки переходу від одних до інших послуг;

застосування галузевого принципу створення послуг із переважаючим територіальним способом їх надання [18].

Сьогодні засоби телекомунікації (використання телефонів, факсів електронної пошти, можливостей радіо- та телемовлення тощо) стали незамінним атрибутом життя прогресивної частини людства в умовах електронно-прозорого світу з практично миттєвим доступом до будь-якої інформації завдяки комп'ютерно-телекомунікаційному забезпеченню усіх сфер економіки та суспільства. Галузь телекомунікації об'єднує не тільки географічно розрізнені частини країни та економічні центри, а й усі ланки народного господарства (промисловість, сферу послуг тощо) і кінцевого споживача. У міру удосконалення технічних характеристик і споживчих якостей продукції телекомунікаційних підприємств ситуація на ринку

телекомунікаційних послуг стрімко змінюється. Так, фіксований зв'язок поступається місцем мобільному, який його витісняє швидкими темпами. Це пояснюється більшою доступністю та багатофункціональністю останнього, орієнтацією мобільних операторів на споживача, а також зростанням конкуренції за рахунок появи нових операторів із широким спектром однакових послуг на більш вигідних умовах для клієнтів. З поштою та традиційною телефонією конкурує як стільниковий зв'язок, так і IP-телефонія. Крім того, послуги передачі даних надають і спеціалізовані Інтернет-провайдери, і компанії кабельного телебачення, і стільникові мережі, і телефонні компанії. Оскільки абонентам зв'язок усе більше стає потрібний не сам по собі, а як засіб доступу до контенту та послуг, то телефонію, яка багато десятиліть забезпечувала основне завантаження мереж зв'язку, поступово, але впевнено витісняє Інтернет-трафік [19].

Розглянуті характеристики напрямів інноваційної політики телекомунікаційних підприємств і самих телекомунікаційних послуг обумовлюють різке зростання ролі маркетингу, який уособлює найважливіший напрям формування інноваційної політики телекомунікаційного підприємства. Звідси стає зрозумілим, що реалізація мети підприємства щодо досягнення необхідного рівня прибутковості та конкурентоспроможності вимагає від менеджменту впровадження нових маркетингових підходів до просування телекомунікаційних послуг на конкурентному ринку з урахуванням досягнень науково-технічного прогресу, розвитку економіки та прагнення задоволення постійно зростаючих потреб споживачів на умовах, вигідних як споживачу послуги, так і її надавачу.

Маркетинг послуг – це діяльність із комплексного вивчення ринку і споживчих запитів, які постійно змінюються, та забезпечення надання послуг на основі інформації про кон'юнктуру ринку, щоб, задовольняючи потреби споживача, отримувати з цього прибуток.

Головне завдання маркетингу послуг – оцінити ринкові сегменти і вибрати найбільш вигідний. Якщо завдання буде виконане, то підприємство збільшить свій прибуток, а користувачі послуги будуть задоволені.

Сегментація ринку телекомунікаційних послуг може здійснюватися за різними критеріями, вибір яких залежить від призначення послуги. Беручи за критерій вид продукції, можна поділити ринок телекомунікаційних послуг на три сегменти:

- телекомунікаційні послуги;
- телекомунікаційні засоби та системи;
- програмне забезпечення [20].

Для того, щоб на ринку споживачами була обрана послуга конкретного підприємства на відміну від послуг, запропонованих іншими учасниками, споживачі повинні відчувати всі вигоди обраного ними варіанта. Для цього підприємству в процесі постійного всеохоплюючого маркетингу поряд з іншим необхідно:

проводити багатосторонні дослідження ринку, пристосовуючи роботу компанії до його змін;

- вивчати можливості підприємства щодо удосконалення виробничих процесів;
- визначити найбільш відповідний сегмент ринку;

налагодити зв'язок між виробництвом і споживанням, адекватно реагувати на зміни в попиті;

проводити інноваційну політику, впроваджувати нові технології, взаємодіяти з клієнтами, оновлювати рекламу, знаходити нові альтернативні канали для руху товарів;

планувати діяльність, розробляти свої власні програми для збуту товарів з огляду на економічне прогнозування та дані з вивчення ринку.

Одним з головних факторів, що прискорює формування й розвиток інформаційного суспільства, є Інтернет. Він став не лише глобальним засобом комунікацій без кордонів, а й

ефективним інструментом ведення бізнесу, особливо це слід віднести до застосування інтернет-маркетингу як методології і практично-орієнтованого інструментарію [21].

Існують різні підходи до визначення Інтернет-маркетингу або електронного маркетингу (табл. 2).

Таблиця 2. Визначення Інтернет-маркетингу (електронного маркетингу)

Визначення	Автор
Інтернет-маркетинг (англ. Internet marketing) розуміють як виконання послідовних дій у вирішенні маркетингових завдань, використовуючи можливості мережі Інтернет. Основна мета – отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту.	Мозгова Г. В.
Інтернет-маркетинг – це просування товарів і послуг на ринку продавця за допомогою Інтернет-технологій, що використовують спеціальні інструменти (інструменти Інтернет-маркетингу)	Ярликов А.
Електронний маркетинг – це соціальний та управлінський процес, спрямований на задоволення потреб споживачів у мережі Інтернет при створенні пропозиції та обміну товарів / послуг за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій	Плескач В. Л.
Інтернет-маркетинг – це побудова маркетингових комунікацій через Інтернет. Це зовсім не самостійна область, а просто інструмент для маркетингу, що володіє своїми особливими властивостями	Вірін Ф.

Джерело: [22-25]

Можна сказати, що інтернет-маркетинг – це найкраще втілення ідеї інноваційного просування продукції (послуг). Адже поряд з інструментами традиційного маркетингу в інтернет-маркетингу інструментарій розширюється завдяки можливостям інтернету (SEO-оптимізація – комплекс дій по розкрутці сайту, пошукова оптимізація); контекстна реклама – оголошення показується відповідно до змісту; просування в соціальних мережах; банерна реклама та інше). Ефективність інтернет-маркетингу досягається також завдяки створенню контенту для просування товарів (послуг), залученню клієнтів на цікавий ресурс, визначенню їх потреб тощо. Усе це надає можливість більш ефективно вести бізнес, оптимізувати витрати виробництва, здійснювати ефективні маркетингові дослідження, автоматизувати процеси купівлі-продажу та інформування клієнтів, а отже, підвищувати прибутковість діяльності підприємства та зміцнювати його конкурентоспроможність.

Висновки та пропозиції. На сучасному етапі розвитку суспільства, що характеризується переходом від постіндустріальної економіки до інформаційної, головними завданнями телекомунікаційних підприємств є інноваційна діяльність; інтелектуалізація бізнес-процесів, упровадження нових технологій у виробництві та наданні послуг; широке впровадження інформаційних і телекомунікаційних технологій, тобто усе, що сприяє виробництву конкурентоспроможної продукції та послуг. Адже конкурентоспроможність підприємства прямо пропорційна конкурентоспроможності її продукту. Зрозуміло, що чим вище конкурентоспроможність продукту, тим вище попит на неї на відповідному ринку і більше економічний ефект від його реалізації. При цьому різко зростає роль маркетингу – однієї з найважливіших складових інноваційної діяльності підприємства. Маркетингова орієнтація підприємства ґрунтується на вивченні кон'юнктури ринку і орієнтації на постійно зростаючі вимоги і побажання споживача, що дозволить пропонувати на ринку ті послуги, які бажають отримувати споживачі, і робити це краще за конкурентів. Найкращим втіленням ідеї інноваційного просування продукції (послуг) підприємства є інтернет-маркетинг, який поряд з інструментами традиційного маркетингу містить додаткові можливості, притаманні

інтернету. Сучасним телекомунікаційним підприємствам слід приділяти постійну увагу маркетингу для пошуку нових ефективних форм комунікацій для просування їх послуг на ринку, що дозволить ефективно вести бізнес, підвищувати прибутковість діяльності, зміцнювати конкурентоспроможність і забезпечувати сталий інноваційний розвиток.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мала Н. Т., Грабельська О. В. Економічний розвиток підприємства: планування та моделювання. *Вісник Національного університету «Львівська Політехніка»*. 2012. № 739. С. 22-30.
2. Подольська Є. А. Філософія: підручник. Київ: Фірма «Інкос», Центр навчальної літератури, 2006. 704 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление. Москва: Экономика, 1989. 519 с.
4. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учебн. Москва: Изд-во Эксмо, 2005. 544 с.
5. Дакус А. В., Сімченко Н. О. Економічний розвиток підприємства: сутність та визначення. *Актуальні проблеми економіки та управління: зб. наук. праць молодих вчених*. 2012. Вип. 6. URL: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/12350>.
6. Тищенко С. В., Якобчук В. А. Формування концептуальних підходів щодо становлення інтелектуальної економіки. *Інтелектуальна економіка: глобальні тенденції та національні перспективи: матеріали всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю (м. Житомир, 15 трав. 2015 р.)*. Житомир: ЖНАЕУ, 2015. С. 31-36.
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / пер. с англ. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Academia, 2004. 788 с.
8. Ящишина І. В. Соціальне спрямування інноваційної економіки: досвід, тенденції, наслідки: моногр. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин Я. І., 2012. 368 с.
9. Чухно А. А. Зміна характеру та структури зайнятості в умовах постіндустріального суспільства. URL: <http://soskin.info/ea/2002/1/20020172.html>
10. Machlup Fritz. The Production And Distribution Of Knowledge In The United States. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1962. 416 p.
11. Лимар В. В. Державне регулювання міжнародного трансферу знань в економіці України: автореф. дис. . канд. екон. наук: 08.00.03: Інститут економіки промисловості Національної академії наук України. Донецьк, 2013. 24 с.
12. Statistics. URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
13. Индекс развития информационно-телекоммуникационных технологий (IDI) в зеркале статистики: сравнительная оценка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/indeks-razvitiya-informatsionno-telekommunikatsionnyh-tehnologiy-idi-v-zerkale-statistiki-sravnitel'naya-otsenka>.
14. UKRAINE. URL: <https://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/index.html#idi2017economycard-tab&UKR>
15. Інформаційне суспільство. URL: <https://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=6&language=uk>
16. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : [монографія] / За ред. С.М. Ілляшенко. Суми : Унів. кн., 2006. 728 с.
17. Дем'янчук М. А. Заходи та механізми активізації інноваційного розвитку сфери телекомунікацій. URL: http://www.confcontact.com/2008dec/5_demyanchuk.php.
18. Татарников О. Перспективы развития средств связи и информационных технологий. *Компьютер Пресс*. 2006. № 1. С. 16–22.
19. Ринейська Л. С. Міжнародний досвід застосування інтернет-маркетингу. *Ефективна економіка*. 2015. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_3_41
20. Дяченко І. А. Удосконалення інноваційної діяльності підприємства галузі електров'язку. *Технології і дизайн*. К. : КНУТД, 2014. № 1(10). С. 1–8.
21. Ілляшенко С. М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4(2). С. 64-74. URL: Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011_4%282%29_10
22. Мозгова Г. В. Інструменти інтернет-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств. *Ефективна економіка*. 2013. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2429>
23. Ярлыков А. Инструменты Интернет-маркетинга. *Эффективные инструменты Интернет-маркетинга*. 2013. URL: <http://takmak51.ru/>
24. Плесака В. Л. Технології електронного бізнесу: монографія. К. : КНЕУ, 2004. 223 с.
25. Вирин Ф. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов. М. : Эксмо, 2009. 224 с.

REFERENCES

1. Mala, N.T. and Grabelska, O.V. (2012), "Economic development of the enterprise: planning and modeling", *Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"*, vol. 739, pp. 22–30.
2. Podolskaya, E.A. (2006), *Philosophy: a textbook*, Kyiv, Incos Firm, Center for Educational Literature, 2006, 704 p.
3. Ansoff, I. (1989), *Strategic management*, Moscow, Economics, 519 p.
4. Fatkhutdinov, R.A. (2005), *Management of competitiveness of the organization: textbook*, Moscow, Izd-vo Eksmo, 544 p.
5. Dakus, A.V. and Simchenko, N.O. (2012), "Economic development of the enterprise: essence and definition", *Actual problems of economy and management: coll. Science. works of young scientists*, vol. 6, available at: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/12350> (Accessed 15 May 2020).
6. Tishchenko, S.V. and Jacobchuk, V.A. (2015), "Formation of conceptual approaches to the formation of an intellectual economy", *Intellectual economy: global trends and national perspectives: materials all-Ukrainian scientific-practical internet conference with international participation* (Zhytomyr, May 15, 2015), Zhytomyr, ZhNAEU, pp. 31-36.
7. Bell, D. (2004), *The future post-industrial society. Experience of social forecasting*, trans. with English 2nd ed., Ed. and ext. Moscow, Academia, 788 p.
8. Yashchyshyna, I.V. (2012), *Sotsial'ne spryamuvannya innovatsiynoyi ekonomiky: dosvid, tendentsiyi, naslidky* [Social direction of innovative economy: experience, trends, consequences]. Monograph, Kamianets-Podilskyi, FOP Sysyn Ya. I., 368 p.
9. Chukhno, A.A. (2002), "Changing the nature and structure of employment in a post-industrial society". available at: <http://soskin.info/ea/2002/1/20020172.html> (Accessed 15 May 2020).
10. Machlup, Fritz (1962), *The Production And Distribution Of Knowledge In The United States*, Princeton, N.J., Princeton University Press, 416 p.
11. Lyamar, V.V. (2013), "State regulation of international knowledge transfer in the economy of Ukraine", Abstract of Ph.D. dissertation, Economic Sciences, 08.00.03, Institute of Industrial Economics of the National Academy of Sciences of Ukraine, Donetsk, 24 p.
12. Statistics (2020), available at: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> (Accessed 15 May 2020).
13. Index of development of information and telecommunication technologies (IDI) in the mirror of statistics: a comparative assessment, available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/indeks-razvitiya-informatsionno-telekommunikatsionnyh-tehnologiy-idi-v-zerkale-statistiki-sravnitelnaya-otsenka>. (Accessed 15 May 2020).
14. Ukraine (2017), available at: <https://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/index.html#idi2017economyocard-tab&UKR> (Accessed 15 May 2020).
15. Information society, available at: <https://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=6&language=uk>
16. Ilyashenko, S.M. (2006), *Marketynh i menedzhment innovatsiynoho rozvytku* [Marketing and management of innovation development]. Monograph, Sumy, Univ. kn., 728 p.
17. Demyanchuk, M.A. (2008), "Measures and mechanisms to enhance the innovative development of telecommunications", available at: http://www.confcontact.com/2008dec/5_demyanchuk.php (Accessed 15 May 2020).
18. Tatarnikov, O. (2006), "Prospects for the development of communications and information technology", *Computer Press*, vol. 1, pp. 16–22.
19. Ryneyska, L.S. (2015), "International experience in Internet marketing", *Efficient economy*, vol. 3, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_3_41 (Accessed 15 May 2020).
20. Dyachenko, I.A. (2014), "Improving the innovation of the enterprise in the field of telecommunications", *Technology and design*, Kyiv, KNUTD, vol. 1 (10), pp. 1–8.
21. Ilyashenko, S.M. (2011), "Modern trends in the use of Internet technologies in marketing", *Marketing and innovation management*, vol. 4 (2), pp. 64-74, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011_4%282%29_10 (Accessed 15 May 2020).
22. Mozgova, G.V. (2013), "Internet marketing tools and their benefits for modern Ukrainian enterprises", *Efficient economy*, vol. 10, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2429> (Accessed 15 May 2020).
23. Yarlykov, A. (2013), "Internet marketing tools", *Effective Internet marketing tools*, available at: <http://takmak51.ru/> (Accessed 15 May 2020).
24. Pleskach, V.L. (2004), *Tekhnolohiyi elektronnoho biznesu* [Technologies of electronic business]. Monograph, Kyiv, KNEU, 2004 p.
25. Virin, F. (2009), *Internet marketing. A complete collection of practical tools*, Moscow, Eksmo, 224 p.

*Оксана Карпенко, (зав. кафедри менеджмента, публичного управління
и администрирования, Государственный университет инфраструктуры и технологий)*

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассмотрены условия функционирования телекоммуникационных компаний в украинских реалиях, определено, что для выживания на конкурентном рынке деятельность этих предприятий должна быть направлена на процесс инновационного развития. Установлено, что телекоммуникационная сфера играет решающую роль в процессе развития социально-экономических отношений во всех системах функционирования экономики, поскольку именно телекоммуникационные предприятия обеспечивают проникновение высокотехнологичных информационных и телекоммуникационных новшеств в производство, жизнедеятельность, обеспечивая инновационное развитие предприятий, отраслей, экономики в целом. Осуществляемый в настоящее время переход к информационному обществу обусловил рост спроса на информационные и телекоммуникационные услуги, а вместе с этим – рост числа предприятий, занятых в сфере предоставления таких услуг. Рассмотрены характеристики направлений деятельности телекоммуникационных компаний и самих телекоммуникационных услуг, на основе чего сделан вывод о резком росте роли интернет-маркетинга, который олицетворяет важнейшее направление формирования инновационной политики телекоммуникационного предприятия. Показано, что достижение необходимого уровня прибыльности и конкурентоспособности предприятия требует внедрения новых маркетинговых подходов к продвижению телекоммуникационных услуг на конкурентном рынке с учетом достижений научно-технического прогресса, развития экономики и стремление удовлетворения постоянно растущих потребностей потребителей на условиях, выгодных как потребителю услуги, так и ее поставителю. При таких условиях телекоммуникационные предприятия для удержания конкурентных рыночных позиций сегодня, наряду с расширением спектра услуг и обеспечения их высокого качества, должны постоянно внедрять инновации, максимально интеллектуализировать бизнес-процессы, внедрять новые технологии в производстве и предоставлении услуг.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, инновационное развитие, телекоммуникационные предприятия, информационная экономика, телекоммуникационные услуги.

*Oksana Karpenko, Doctor of Sciences in Economics, Professor
(Head of Management and Public Administration Department, State University of Infrastructure
and Technologies)*

INTERNET-MARKETING IN THE SYSTEM OF PROVIDING TELECOMMUNICATION ENTERPRISES INNOVATIVE DEVELOPMENT

Conditions of functioning of telecommunication companies in the Ukrainian realities are considered, it is defined that for survival in the competitive market activity of these enterprises should be directed on process of innovative development. It is established that the telecommunication sphere plays a crucial role in the process of development of social and economic relations in all systems of economy functioning, since it is the telecommunication enterprises that ensure the penetration of high-tech information and telecommunication innovations in production, life activities, providing innovative development of enterprises, industries, economy as a whole. The ongoing transition to an information society has led to a growing demand for information and telecommunications services and, at the same time, to a growing number of enterprises engaged in the provision of such services. Characteristics of activity directions of the telecommunication companies and telecommunication services themselves are considered, on the basis of what the conclusion is drawn about sharp growth of a role of Internet-marketing which

personifies the major direction of formation of innovative policy of the telecommunication enterprise. It is shown that achieving the required level of profitability and competitiveness of the enterprise requires the introduction of new marketing approaches to the promotion of telecommunications services in a competitive market, taking into account the achievements of scientific and technological progress, economic development and the desire to meet the ever-growing needs of consumers on terms beneficial to both the consumer and its provider. Under such conditions, telecommunications companies to maintain a competitive market position today, along with the expansion of the range of services and ensure their high quality should constantly introduce innovations, maximize the intellectuality of business processes, introduce new technologies in production and services.

Keywords: *Internet-marketing, innovative development, telecommunication enterprises, information economy, telecommunication services.*

Тетяна Лучникова

*(старший викладач каф. «Менеджмент, публічне управління та адміністрування»,
Державний університет інфраструктури та технологій)*

ORCID ID 0000-0003-0624-5829

Людмила Кулік

*(студентка магістратури спеціальності «Менеджмент», ОПП «Менеджмент ЗЕД»,
Державний університет інфраструктури та технологій)*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОМПЛЕКСОМ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті проаналізовано компоненти комплексу маркетингу підприємства. Визначено особливості розвитку сучасної цифрової економіки. Розглянуто особливості реалізації комплексу маркетингу підприємства в умовах новітньої цифрової трансформації бізнесу. Виявлено, що у загальному розумінні цифрова економіка (Digital Economy) – такий тип економіки, що базується на використанні комп'ютерних технологій, де основу ринкових відносин та майданчиком здійснення транзакцій виступає безпосередньо інтернет. Автори зауважили, що сьогодні цифрова економіка є невід'ємною складовою економіки в цілому. Відтак, для будь-якого підприємства одним із ключових факторів конкурентоспроможності, виживання та розвитку є наявність та реалізація завдань маркетингу. Одним із базових елементів сучасного маркетингу є розробка так званого комплексу маркетингу (marketing mix), що розробляється на основі результатів дослідження цільового ринку (або ринків). В ході дослідження визначено такі основні складові (тобто відповідні бізнес-моделі) цифрової економіки, як інфраструктура електронного бізнесу, власне електронний бізнес, безпосередньо електронна комерція. Виявлено, що протягом останнього часу в Україні та світі спостерігався перехід від традиційних форм маркетингу та реклами (друк, зовнішня реклама, телебачення тощо) до більш технологічних, цифрових маркетингових зусиль, проте до половини викликів цифрової економіки суб'єкти підприємницької діяльності не готові адаптуватися. Авторами зауважено, що зазначені тенденції знаходяться у фокусі уваги теоретиків та практиків сучасного управління, зокрема маркетингу, та є напрямком подальших досліджень авторів.

Ключові слова: управління маркетингом, комплекс маркетингу, цифрова економіка, управління підприємством.

Постановка проблеми. У час четвертої промислової революції (Industry 4.0) та розвитку прикладних рішень у сфері інтернету речей (Internet of Things, IoT), що мають місце на порозі другої декади ХХІ ст., можна говорити про значні зміни у реалізації всіх бізнес-процесів підприємства. Зокрема мова йде про цифрову трансформацію як економіки в цілому, так і її суб'єктів – промислових та сервісних підприємств.

В умовах діджиталізації управління організаціями чи не найбільшої трансформації зазнала саме сфера маркетингу. Відтак в умовах цифрової економіки (digital economy) особливої уваги потребує саме дослідження складових сучасного маркетингу підприємства, що представлені у компонентах маркетинг-мікс.

© Лучникова Т. П., Кулік Л. О., 2020

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання появи та розвитку інноваційного типу економіки вперше розглянуті у зарубіжних публікаціях наприкінці минулого століття. Зокрема робота [1] є чи не найпершою, де обґрунтовано вплив інтернету на практику ведення бізнесу.

У загальному розумінні цифрова економіка (Digital Economy) – такий тип економіки, що базується на використанні комп'ютерних технологій, де основу ринкових відносин та майданчиком здійснення транзакцій виступає безпосередньо інтернет. Синонімом терміна «цифрова економіка» є «інтернет-економіка» (Internet Economy). Крім того, невід'ємними частинами сучасної цифрової економіки є електронний бізнес (Electronic Business, e-business) та електронна комерція (Electronic commerce, e-commerce).

Наприклад, відповідно до класичного дослідження [2], можна визначити такі основні складові (тобто відповідні бізнес-моделі) цифрової економіки:

а) інфраструктура електронного бізнесу, що представлена комп'ютерним обладнанням, програмним забезпеченням, телекомунікаціями, мережами, а також людським капіталом тощо;

б) власне електронний бізнес, що виступає сучасною бізнес-моделлю підприємництва та у широкому розумінні являє собою будь-який процес, який організація проводить через комп'ютерні мережі та інтернет;

в) безпосередньо електронна комерція, що представлена, перш за все, електронною торгівлею та просуванням товарів і послуг в Інтернеті.

Поява цифрової економіки зумовила розвиток нових форм організації бізнесу, що отримали назву «віртуальні підприємства». Мова також йде про формування нових інформаційних, цифрових та мережевих структур.

Серед вітчизняних науковців, що займалися дослідженням проблем та особливостей розвитку цифрової економіки варто назвати, перш за все, С.М. Ілляшенка, І.В. Бойчука, Л.І. Бушуєву, Е.П. Голубкова, Т.В. Дейнекіна, Ф. Котлера, І.Л. Литовченко, О.О. Мамікіна, М.А. Обухова, В.П. Пилипчука, Дж. Сифоні, Д.Н. Таганова та ін.

Зазначимо, що сьогодні цифрова економіка є невід'ємною складовою економіки в цілому. Відтак, для будь-якого підприємства одним із ключових факторів конкурентоспроможності, виживання та розвитку є наявність реалізація завдань маркетингу. Одним із базових елементів сучасного маркетингу є розробка так званого комплексу маркетингу (marketing mix), що розробляється на основі результатів дослідження цільового ринку (або ринків).

Комплекс маркетингу можна визначити як набір змінних чинників маркетингу, які піддаються, їх фірма використовує в прагненні викликати бажану відповідну реакцію з боку цільового ринку. Функція маркетинг-міксу полягає в тому, щоб сформувати набір, який не тільки би задовольняв потреби потенційних клієнтів у рамках цільових ринків, а й максимізував ефективність організації [3].

Отже, прикладні завдання маркетингу як функції управління реалізуються за допомогою кожного із елементів комплексу маркетингу. Зазначимо, що передові зарубіжні публікації розглядають роль маркетингу у цифровій економіці. Зокрема, заслугове уваги джерело [4], що розглядає найсучасніші тенденції трансформації практики маркетингу.

Мета статті. Метою статті є визначення та дослідження особливостей управління комплексом маркетингу підприємства в умовах цифрової економіки.

Викладення основного матеріалу дослідження. На практиці протягом останньої декади в Україні та світі спостерігався перехід від традиційних форм маркетингу та реклами (друку, зовнішня реклама, телебачення) до більш технологічних, цифрових маркетингових зусиль. Наприклад, за прогнозами [4], станом на кінець 2019 р. витрати у США на цифрову рекламу будуть вищими, ніж витрати на телевізійну рекламу. Однак, за оцінками експертів, не всі компанії усвідомлюють ці зміни. У розвинутих економіках до половини суб'єктів підприємницької діяльності не готові адаптуватися до викликів цифрової економіки.

Крім того, за оцінками [5] частка цифрової економіки у глобальному ВВП становить близько 5% світового ВВП і 3% складає частка зайнятих у світі у цій сфері. Спостерігається зростання частки цифрової економіки 15-25% на рік на ринках, що розвиваються.

Відтак виникає запитання: «Як має трансформуватися розуміння сучасного комплексу маркетингу, щоб забезпечити ефективну адаптацію підприємства до умов та викликів цифрової економіки?».

Зазначимо, що дослідження класичних розробок з питань маркетингу засвідчило, що досі популярною як в теорії, так і серед практиків є так звана модель «4Р» комплексу маркетингу, що має такі складові [6]:

продукт (product) – це набір «виробів і послуг», які підприємство пропонує цільовому ринку;

ціна (price) – грошова сума, яку споживачі повинні сплатити для отримання необхідного товару;

розподіл (place) – різноманітна діяльність, завдяки якій товар стає доступним для цільових споживачів;

просування (promotion) – різноманітна діяльність підприємства з розповсюдження відомостей про переваги свого товару і переконання цільових споживачів купувати його.

Історично ця модель розроблена першою, на ній ґрунтуються всі подальші доповнення комплексу маркетингу. Ключовим чинником, який визначає актуальність класичного підходу до розгляду комплексу маркетингу, є те, що саме ці чотири елементи («4Р») можуть повністю контролюватися маркетингом, а також наявні у будь-якого підприємства – промислового чи сервісного.

Наразі існує багато моделей комплексу маркетингу. Зокрема розповсюдженою є так звана «модель 7Р маркетингу» [6]. Нижче стисло проаналізуємо її. Концепція «7Р» спочатку створювалася для маркетингу послуг, проте зараз все більше дослідників намагаються застосовувати її і до товарного маркетингу. Принципові схеми взаємозв'язків елементів комплексу маркетингу відповідно до концепції «7Р» наведені на рис. 1.

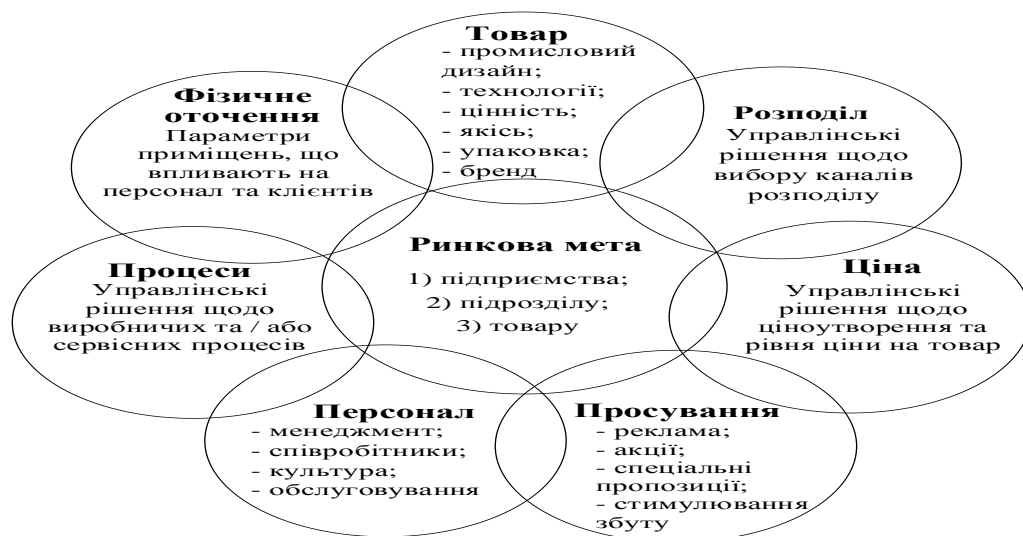


Рис. 1. Схема елементів комплексу маркетингу за підходом «7Р»

Джерело: побудовано авторами на основі [3]

Особливості елементів комплексу маркетингу підприємства, що є суб'єктом онлайн-бізнесу подано в табл. 1.

Зазначимо, що введення нових елементів у комплекс маркетингу зазвичай обґрунтовується критикою канонічної формули «4Р» [6]. В основному концепцію «4Р» критикують за те, що вона орієнтована на мікрорівень і стосується лише продавця. При цьому для розширення списку «Р» часто використовуються: - упаковка (package); - купівля (purchase) – це не тільки передумови до здійснення покупки, але також і наслідки прийняття такого рішення; - персонал (personnel); навколишнє середовище (physical premises) – умови, створювані продавцем з метою більш ефективної реалізації свого товару; - прибуток (profit) – капітал, отриманий у вигляді доходу щодо вкладених коштів; - зв'язки з громадськістю (PR, publicity) – створює позитивну репутацію продукту та організації в цілому.

Досить розповсюдженою є точка зору, що для підприємств, які функціонують переважно в інтернеті (електронна комерція, онлайн-бізнес), немає принципової різниці у формуванні та реалізації комплексу маркетингу. Проте практика свідчить, що особливості все ж існують.

Зазначимо, що протягом останніх років відбулася трансформація концепту «7Р» шляхом розширення елементів до «8Р» переважно для підприємств онлайн-бізнесу шляхом включення партнерів (partners).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, протягом останньої декади відбулося розширення розуміння комплексу маркетингу підприємства. До класичної моделі «4Р» влючено числені доповнюючі елементи, що дозволяють більш якісно розробити загальну стратегію маркетингу підприємства. Уже на практиці відбувся перехід до так званої цифрової економіки, що означає зростання кількості підприємств, що є винятково суб'єктами онлайн-бізнесу.

Зазначені тенденції знаходяться у фокусі уваги теоретиків та практиків сучасного управління, зокрема маркетингу, та є напрямом подальших досліджень авторів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. New York. 1995. 536 p.
2. Mesenbourg T.L.. Measuring the Digital Economy. Digital document. available at: <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/working-papers/2001/econ/umdigital.pdf>.
3. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.. Основы маркетинга: 5-е европейское издание. William Collins. 2012. 752 с.
4. Adapting to the Digital Era. Digital document, available at: <https://www.internetmarketinginc.com/blog/adapting-to-the-digital-era/>.
5. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. RUMANA BUKHT & RICHARD HEEKS 2017. Digital document, available at: <http://www.gdi.manchester.ac.uk/research/publications/working-papers/di/>.
6. Сучасні підходи до трактування комплексу маркетингу. URL: https://life-prog.ru/2_31470_suchasni-pidhodi-do-traktuvannya-kompleksu-marketingu.html

REFERENCES

1. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. New York. 1995. 536 p.
2. Mesenbourg T.L.. Measuring the Digital Economy. Digital document, available at: <https://www.census.gov/content/dam/Census/library/working-papers/2001/econ/umdigital.pdf>.
3. Kotler F., Armstrong H., Sonders D., Vong V. (2012), Osnovy marketynha: 5-e evropeiskoe yzdanye. William Collins. 2012. 752 с.
4. Adapting to the Digital Era. Digital document, available at <https://www.internetmarketinginc.com/blog/adapting-to-the-digital-era/>.

ІНШІ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

Таблиця 1. Особливості елементів комплексу маркетингу підприємства, що є суб'єктом онлайн-бізнесу

Назва елементу комплексу маркетингу	Управлінські рішення, що забезпечують реалізацію цього елемента комплексу маркетингу в цифровій економіці	Особливості реалізації для підприємства, що є суб'єктом онлайн-бізнесу
Товар	Проектування таких товарів та послуг, що найкраще пристосовані для продажу в інтернеті	Фокус на сервісних складових; проектування товарів та послуг, що відповідають вимогам онлайн-воронки продажів
Розподіл	Необхідність взаємодії із локальними та глобальними логістичними компаніями у випадку дистрибуції матеріальної продукції; налагодження онлайн-каналів комунікації	Зростання важливості ефективної логістики матеріальної продукції, зокрема формування міжнародних інтегрованих логістичних ланцюгів постачання
Ціна	Можливість значного зниження собівартості продукції за рахунок скорочення витрат на розподіл та просування, зокрема використовуючи онлайн-інструментів	Увага до цінової політики, адже низька ціна часто асоціюється із низькою якістю продукції; врахування у собівартості витрат на онлайн-просування бізнесу, бренду та товару
Просування	Використання сучасних цифрових інструментів (банерна та таргетована реклама, просування у соціальних мережах тощо)	Використання винятково цифрових інструментів просування, ретельний вибір найбільш ефективних стратегій та методів
Персонал	Нові вимоги до співробітників щодо їхньої «цифрової компетентності»	Тенденція до заміни традиційних людських ресурсів чатботами, автоматизація процесів взаємодії із клієнтами
Процеси	Зростання «цифрової компоненти» у бізнесі	Зростання вимог до менеджменту щодо компетенцій управління онлайн-процесами та процедурами
Фізичне оточення	Зміщення фокусу уваги із традиційного фокусу компанії, її представництва до інтернет-майданчиків; використання можливостей віртуального відвідання офісу тощо.	Управлінські рішення щодо того, чи необхідний офлайн-офіс та представництво; у випадку наявності лише онлайн-платформи – забезпечення так званої «юзабіліті» (зручності для споживача).

Джерело: побудовано авторами на основі [6]

5. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. RUMANA BUKHT & RICHARD HEEKS 2017. Digital document, available at: <http://www.gdi.manchester.ac.uk/research/publications/working-papers/di/>.

6. Suchasni pidkhody do traktuvannia kompleksu marketynhu. [Modern approaches to the interpretation of the marketing complex]. Available at: https://life-prog.ru/2_31470_suchasni-pidhodi-do-traktuvannya-kompleksu-marketingu.html (Accessed 24 February 2019)

Татьяна Лучникова

(старший преподаватель каф. «Менеджмент, публичное управление и администрирование», Государственный университет инфраструктуры и технологий)

Людмила Кулик

(студентка магистратуры специальности «Менеджмент», ОПП «Менеджмент ВЭД», Государственный университет инфраструктуры и технологий)

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОМПЛЕКСОМ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье проанализированы компоненты комплекса маркетинга предприятия. Определены особенности развития современной цифровой экономики. Рассмотрены особенности реализации комплекса маркетинга предприятия в условиях новой цифровой трансформации бизнеса. Выявлено, что в общем понимании цифровая экономика (Digital Economy) – такой тип экономики, основанный на использовании компьютерных технологий, где основу рыночных отношений и площадкой осуществления транзакций выступает непосредственно интернет. Авторы отметили, что сегодня цифровая экономика является неотъемлемой составляющей экономики в целом. Следовательно, для любого предприятия одним из ключевых факторов конкурентоспособности, выживания и развития является наличие и реализация задач маркетинга. Одним из базовых элементов современного маркетинга является разработка так называемого комплекса маркетинга (marketing mix), разрабатываемый на основе результатов исследования целевого рынка (или рынков). В ходе исследования определены следующие основные составляющие (то есть соответствующие бизнес-модели) цифровой экономики, как инфраструктура электронного бизнеса, собственно электронный бизнес, непосредственно электронная коммерция. Выявлено, что в последнее время в Украине и мире наблюдался переход от традиционных форм маркетинга и рекламы (печатать, наружная реклама, телевидение и т.д.) к более технологичным, цифровым маркетинговым усилиям, однако до половины вызовов цифровой экономики субъекты предпринимательской деятельности не готовы адаптироваться. Авторами отмечено, что указанные тенденции находятся в фокусе внимания теоретиков и практиков современного управления, в частности маркетинга, и является направлением дальнейших исследований авторов.

Ключевые слова: управление маркетингом, комплекс маркетинга, цифровая экономика, управление предприятием

Tetiana Luchnykova

(Senior Lecturer at Department «Management, public management and administration» of State University of Infrastructure and Technologies)

Liudmyla Kulik

student of Master's Degree in Management, State University of Infrastructure and Technology

PECULIARITIES OF MANAGEMENT OF ENTERPRISE MARKETING IN DIGITAL ECONOMICS

The article analyzes the components of the enterprise marketing complex. Features of development of modern digital economy are defined. The authors note that advanced foreign publications consider the role of marketing in the digital economy. The peculiarities of realization of the enterprise marketing complex in the conditions of the newest digital transformation of business are considered. Digital Economy has been found to be a type of computer-based economy where the marketplace and transaction platform are directly based on the Internet. The authors noted that today the digital economy is an integral part of the economy as a whole. Therefore, for any enterprise, one of the key factors of competitiveness, survival and development is the presence and realization of marketing tasks. One of the basic elements of modern marketing is the development of the so-called marketing mix (marketing mix), which is developed based on the results of the study of the target market (or markets). The study identified such major components (that is, relevant business models) of the digital economy, such as e-business infrastructure, e-business itself, e-commerce itself. It has been found that in recent times in Ukraine and the world there has been a transition from traditional forms of marketing and advertising (print, outdoor advertising, television, etc.) to more technological, digital, marketing efforts, but up to half the challenges of the digital economy are not ready to adapt. There has been a transformation of the concept of "7P" by expanding elements to "8P" primarily for businesses online business by enabling partners. Presented the scheme of the elements of a complex marketing approach with the "7R". In practice there was a transition to the so-called digital economy, a rise in the number of enterprises, which is the sole constituent entities online business.

The authors note that these trends are the focus of attention of contemporary management theorists and practitioners, in particular, marketing, and are a direction for further research by the authors.

Keywords: marketing management, marketing mix, digital economy, enterprise management

УДК: 657.37

JEL Classification M-41

Олександр Малишкін, д.е.н., аудитор, САРА
(професор каф. обліку і оподаткування, Державний університет інфраструктури та технологій)
ORCID ID 0000-0002-2443-0254

Світлана Шуляренко, к.е.н., доц.
(завідувач каф. обліку і оподаткування, Державний університет інфраструктури та технологій)
ORCID ID 0000-0001-5421-0175

Ольга Ярмоліцька, к.е.н.
(доцент каф. обліку і оподаткування, Державний університет інфраструктури та технологій)
ORCID ID 0000-0002-9854-7543

АНАЛІЗ ПРАГМАТИЧНИХ АСПЕКТІВ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МСФЗ У ФОРМАТІ XBRL

Останнім часом в Україні запроваджується нова система фінансової звітності (СФЗ) – подання фінансової звітності підприємствами і організаціями в уніфікованому електронному форматі iXBRL, підготовленої відповідно до таксономії UA XBRL МСФЗ, за принципом «єдиного вікна». Таке рішення прийнято на урядовому рівні шляхом запровадження системи звітності на базі таксономії за 2020 рік для публічних акціонерних товариств та інших суб'єктів господарювання, які зобов'язані складати і подавати фінансову звітність за Міжнародними стандартами фінансової звітності. Проаналізовано практичні аспекти впровадження нової системи на підставі обстеження платформи програмного забезпечення такої системи – порталу СФЗ (FRS.GOV.UA), який є вебсайтом для суб'єктів звітування. Представлено механізм забезпечення електронної фінансової звітності у форматі iXBRL в Україні. Встановлено користувачів системи фінансової звітності. Зазначено особливості підготовки, валідації та подання електронного формату фінансової звітності підприємством в новій системі. Надано рекомендації з практичного застосування СФЗ, розшифровано складові таксономії фінансової звітності, які наводяться наочно у формі таблиць.

Подано бухгалтерський зміст елементів таксономії звітності, який розтлумачує програмні вимоги до елементів фінансової звітності підприємства (організації). Запропоновано технологічні прийоми заповнення таблиць. Проілюстровано елементи таксономії звітності на базі МСФЗ: ієрархія елементів; необхідний формат цих елементів (текст, дата); посилання на пункти профільних МСФЗ, згідно яких ці елементи розкриваються. Результати дослідження можуть бути використані підприємствами (організаціями) для удосконалення процесу звітування і виявлення можливих помилок під час трансформації даних бухгалтерського обліку у новий формат звітів.

Ключові слова: фінансова звітність, UA XBRL МСФЗ, звітність публічних товариств, таксономія.

© Малишкін О.І., Шуляренко С.М., Ярмоліцька О.В., 2020

Постановка проблеми. Сучасний бізнесовий світ вимагає надання якісної, відкритої та прозорої інформації у фінансовій звітності. В умовах сьогодення якісна звітність – це елемент антикорупційної, інвестиційної політики. Вся наведена інформація у звітах повинна бути повною, правдивою, оперативною, якісною на основі якої будуть прийматися подальші управлінські рішення.

Крім вищезазначеного інформація, що наводиться у фінансовій звітності повинна бути зрозумілою усім користувачам, прозорою і надходити в незмінному вигляді. Тому останнім часом все більшого значення набирає поширений стандарт подання в електронному вигляді ділової інформації, в т.ч. фінансової звітності – стандарт XBRL. Він представляє стандартний спосіб спілкування та обміну діловою інформацією між бізнес-системами. Зазначені комунікації визначаються метаданими, викладеними в систематиці, що фіксують визначення окремих понять звітів. Це забезпечує взаємозв'язки між поняттями та іншим смисловим значенням інформації. Стандарт XBRL, який ще називають системою фінансової звітності, забезпечує опрацювання великих обсягів показників підприємства (організації) і використовується багатьма фінансовими регуляторами в світі для якісного нагляду за фінансовими і фондовими ринками.

В Україні на урядовому рівні прийняті рішення про запровадження такої системи зі звітності за 2020 рік для публічних акціонерних товариств та інших суб'єктів господарювання, які зобов'язані складати і подавати фінансову звітність за Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ) [1, 2]. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку повідомила (далі – НКЦПФР) 19.06.2019 року про успішне завершення першого етапу впровадження Системи фінансової звітності у форматі iXBRL [3]. Тому виникає потреба у науковому аналізі нового явища, визначення його впливу на процеси підготовки і подання звітності в електронному форматі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За словами члена НКЦПФР Олександра Панченка: «це ще один крок до впровадження в Україні міжнародних стандартів. Основними перевагами Системи фінансової звітності є можливість доступу усіх зацікавлених користувачів до уніфікованої, достовірної та якісної фінансової звітності, складеної за міжнародними стандартами. Український бізнес, зокрема, стане більш відкритим та зрозумілим потенційним інвесторам. Аналітики світових інвестиційних компаній, міжнародні експерти зможуть робити більш обґрунтовані та точні аналізи поточної ситуації й прогнози розвитку як окремих українських компаній, так і національної економіки загалом» [4]. Нова система фінансової звітності є прикладним інструментом регулювання процесу звітування підприємств (організацій) у новому форматі. Тому з самого початку, аналізом зазначеної системи займалися експерти НКЦПФР [3], які зазначали про її важливість для українських компаній і пояснили загальні принципи функціонування та впровадження.

Проте, ще у 2010 році Журавльова Т. досліджувала необхідність створення єдиного інформаційного простору забезпечення формування показників фінансової звітності [5]. У більш пізніх дослідженнях Халяпіна С., спеціаліст департаменту обліку і оподаткування компанії HLP Group, називає перехід на iXBRL кроком до відкритості і гармонізації [6]. Калітенко В. вважає, що результат від упровадження таксономії фінансової звітності (нової технології збору та обробки звітності в електронному форматі XBRL) забезпечить підприємствам коректну підготовку фінансової звітності, а регуляторам полегшить процес обробки й аналізу цієї інформації [7]. Мельниченко О. [8] дослідив формування XBRL звітності щодо обігу електронних грошей. Науковцем було запропоновано використовувати розроблений інструмент для створення звітності стосовно роботи суб'єктів господарювання з електронними грошима. Розкриття підходів до підготовки з переходу на новий формат звітності описує Степанова А. [9]. Приймак О.О., Щирська О. В. розкривають формат

програми XBRL через використання тегів [10]. Це потрібно для ідентифікації кожного фрагменту фінансових даних за допомогою XBRL-сумісної програми для передавання даних. Серед зарубіжних вчених питанням звітності за стандартом XBRL приділяли увагу Singerova J. [11], Eierle B., Ojala H., Penttinen E. [12], Ashoka M. and Abhishek N. [13].

Проте в наявних публікаціях не вистачає аналізу прагматичних аспектів системи для реалізації процесу подачі звітності в умовах українського законодавчого середовища та рівнів автоматизації обліку і звітності у різних суб'єктів звітування.

Мета статті – проаналізувати зміст програмних продуктів системи XBRL з позицій суб'єктів звітування, надати рекомендації з її впровадження з метою підвищення якості і прозорості фінансової звітності підприємства (організації).

Виклад основного матеріалу дослідження. Переваги системи XBRL. Відповідно до міжнародно визнаного стандарту система XBRL (*eXtensible Business Reporting Language*) – «розширювана мова ділової звітності» є вільно доступним глобальним стандартом для обміну бізнесовою інформацією. XBRL дозволяє виражати семантичне значення, що зазвичай вимагається в бізнес-звітності. Мова ґрунтується на XML і використовується для визначення та обміну фінансовою інформацією, зокрема, даними фінансової звітності. Даний стандарт представляє собою електронний формат для фінансової звітності, який дозволяє автоматизовано створювати, валідувати та обробляти звітність. Такий підхід отримав назву «Система фінансової звітності» або «таксономія фінансової звітності» [14].

Одна з особливостей нової системи – поняття і процес «Валідація» (англ. *Validation*) який до тепер не використовувався у вітчизняному законодавстві щодо звітності. Вагальному праві – процес затвердження, легалізації, ратифікації, надання законної сили. Валідація у звітності – процедура, що дає високий ступінь впевненості в тому, що конкретні процеси, методи або система буде послідовно приводити до результатів, які відповідають заздалегідь встановленим критеріям прийнятності [15]. Означає також перевірку даних звітності на наявність помилок. У таких випадках укладачам звітів потрібно виправити виявлені помилки.

XBRL часто називають «штриховими кодами для звітування», що робить звітність більш точною та ефективнішою. Це дозволяє асоціювати унікальні теги із повідомленнями про факти, що може дозволити [16]: а) тим, хто публікує звіти, робити це з упевненістю, що інформація, яка міститься в них, може бути використана користувачами; б) тим, хто використовує звіти, перевіряти їх на набір ділових та логічних правил для того, щоб виявити та уникнути помилок у їх джерелах; в) тим, хто використовує інформацію бути впевненими, що це найкращим чином відповідає їхнім потребам, в тому числі, використовуючи різні мови, альтернативні валюти та бажаний стиль; г) тим, хто використовує інформацію, робити це з впевненістю, що надані їм дані відповідають набору складних попередньо визначених понять (значень). Вичерпні визначення та точні теги даних дозволяють здійснювати: підготовку; валідацію (перевірку); видання (публікацію); обмін; споживання; аналіз ділової інформації всіх видів. З позицій обміну файлами важливо, що інформація у звітах, підготовлених за допомогою стандарту XBRL, є взаємозамінною між різними інформаційними системами в абсолютно різних організаціях. Це дозволяє здійснювати обмін діловою інформацією через мережу звітності.

На цей час XBRL офіційно рекомендований до використання і підтримується Радою з Міжнародних стандартів фінансової звітності (далі – МСФЗ) для електронного складання звітності за стандартами МСФЗ [14]. В Україні на сьогоднішній день відбувається розробка та впровадження механізму забезпечення електронної фінансової звітності у форматі iXBRL. Таке завдання було покладено на компанію JEVERA. Як обіцяють регуляторні органи, у червні 2020 року підприємства, що становлять суспільний інтерес, зможуть складати свою звітність у новому форматі. Загальний механізм забезпечення iXBRL може виглядати як наведено на рис. 1.

Мета використання формату iXBRL –

автоматизований збір даних для формування та подання якісної, прозорої, зрозумілої та відкритої фінансової звітності регуляторам, аналітикам, інвесторам та іншим зацікавленим стейкхолдерам

Задачі (вимоги) забезпечення електронної фінансової звітності у форматі iXBRL

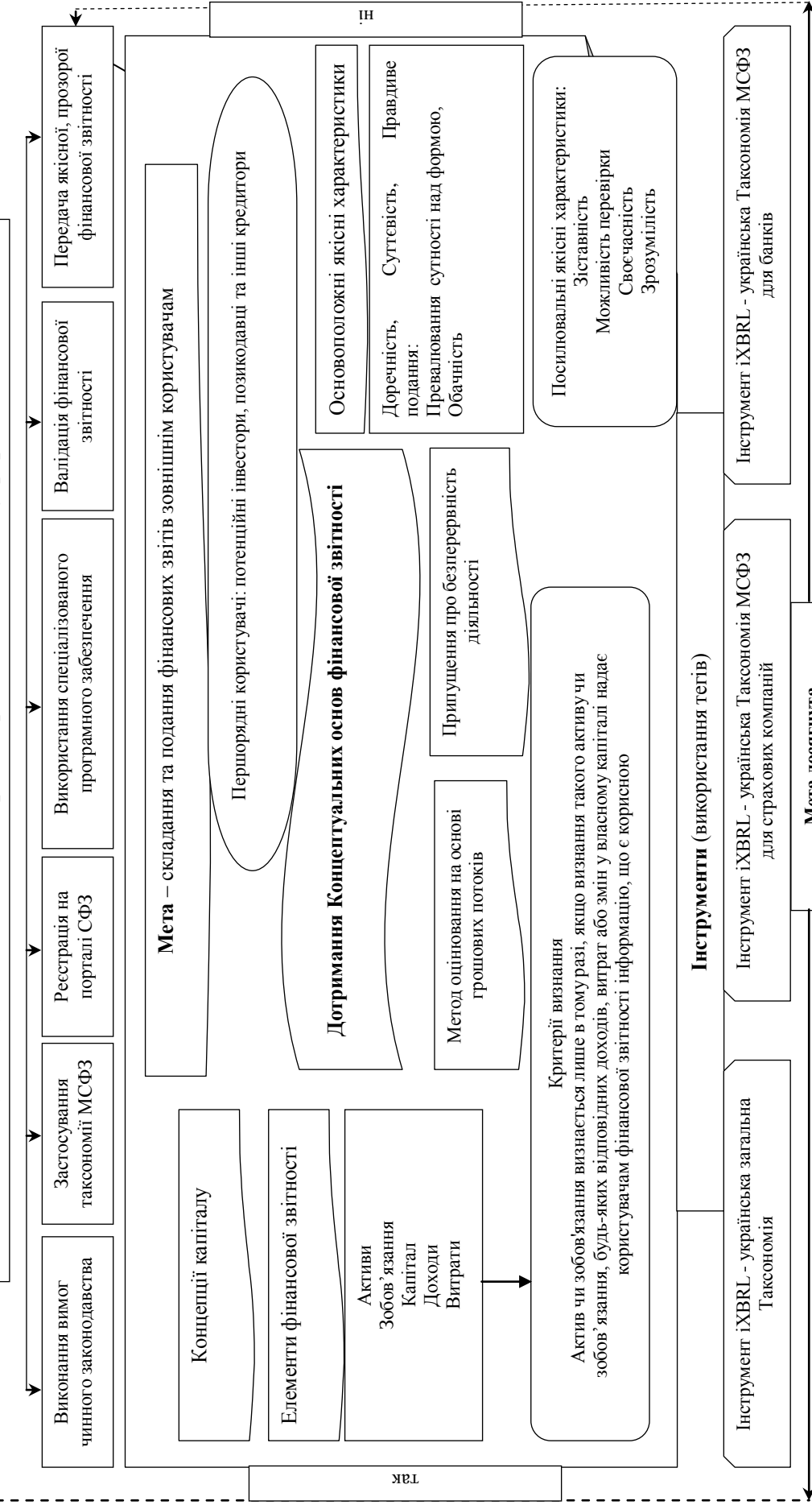


Рис. 1. Механізм забезпечення електронної фінансової звітності у форматі iXBRL в Україні

Джерело: складено авторами самостійно

Перехід на стандарт XBRL має вагомe значення для укладачів під час подання та користувачів під час використання фінансової звітності. Для суб'єктів, що звітують відкривається можливість точно, коректно і якісно скласти та подавати фінансову звітність, уникати дублювання під час передачі регуляторам. Для користувачів (регуляторів, інвесторів, аналітиків та ін.) – швидко та автоматично обробляти й аналізувати фінансову звітність; своєчасно виявляти слабкі сторони, ризики та оперативно реагувати на них. Користувачів та їх ролі на порталі системи фінансової звітності та користувачів фінансової звітності у форматі iXBRL подано на рис. 2.

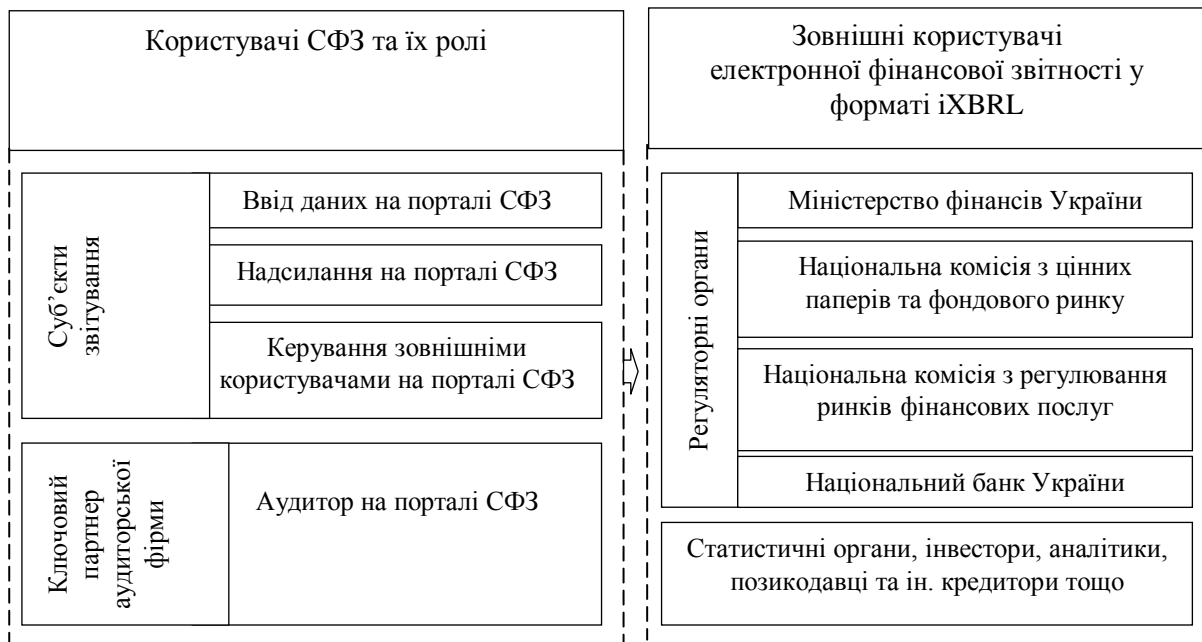


Рис. 2. Користувачі системи фінансової звітності та їх ролі і зовнішні користувачі

Джерело: складено авторами самостійно

Практика системи фінансової звітності електронного формату в Україні. Введення українських компаній і організацій в процес звітування в електронному вигляді розпочався з 2017 року. З цією метою Міністерством фінансів України та регуляторними органами – Національним банком України, Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку, Національною комісією з регулювання ринків фінансових послуг, було затверджено Меморандумом про взаєморозуміння щодо розробки і запровадження системи фінансової звітності № 102/15 від 18.12.2017 р. Запровадження системи фінансової звітності підприємств (організацій) України у єдиному електронному форматі під назвою «таксономія» визначено Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (із змінами від 2017 року).

Постановою Кабінету Міністрів України від 11.07.18 № 547 «Про внесення змін до Порядку подання фінансової звітності» внесено також відповідні зміни у Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку подання фінансової звітності» від 28 лютого 2000 р. № 419. За повідомленнями сайту НКЦПФР, розробку та інтеграцію програмного забезпечення для системи фінансової звітності в Україні здійснює спеціалізована компанія VIZOR (Ірландія) в рамках технічної допомоги Агентства США з міжнародного розвитку USAID [3]. Це один із прикладів допомоги Україні від USAID.

Система фінансової звітності передбачає подання фінансової звітності в уніфікованому електронному форматі iXBRL, підготовленої відповідно до таксономії UA XBRL МСФЗ, за принципом «єдиного вікна» [1].

Згідно зі статтею 1 «Визначення термінів» Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» *таксономія* – це склад статей і показників фінансової звітності та її елементів, які підлягають розкриттю. А з технічної точки зору, таксономія базується на стандарті XBRL. Загальна для всіх країн таксономія фінансової звітності випускається Радою з МСФЗ (International Accounting Standard Board) [17]. В Україні таксономія фінансової звітності UA XBRL МСФЗ затверджена та опублікована Міністерством фінансів України відповідно до Наказу Міністерства фінансів України «Про затвердження перекладу таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами фінансової звітності» від 7 грудня 2018 року № 983, (додаток до Наказу) та Наказу Міністерства фінансів України «Про затвердження перекладу таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами фінансової звітності» від 25 жовтня 2019 року № 452, (додаток до Наказу). Також поширена іншими регуляторами фінансового сектору: Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР), Національною комісією з регулювання ринків фінансових послуг (НКРРФП) та Національним банком України (НБУ). Українська Таксономія UA XBRL МСФЗ адаптована до специфіки ведення бізнесу та особливостей складання фінансової звітності в Україні та має два розширення – для банківського та страхового сектору. Таксономія UA XBRL МСФЗ включає також звіт про управління та звіт незалежного аудитора [1].

Побудова Системи фінансової звітності (СФЗ). На одного з регуляторів відповідно до Меморандуму про взаєморозуміння щодо розробки і запровадження системи фінансової звітності – НКЦПФР було покладено операційне управління центром збору фінансової звітності, складеної на основі таксономії фінансової звітності в єдиному електронному форматі. Це означає, що усі суб'єкти, які звітують, направляють свої звіти на адресу вказаного органу. У відповідь, забезпечується доступ органів державної влади, інших організацій та широкого кола користувачів (у тому числі, й фізичних осіб) до поданої фінансової звітності підприємств (організацій). Це сприяє прозорості звітної інформації.

Важливим елементом СФЗ виступає Центр збору фінансової звітності. Це – суб'єкт, уповноважений НКЦПФР на здійснення адміністрування та технічну підтримку Системи фінансової звітності. В свою чергу, Система фінансової звітності дозволяє приймати, валідувати, обробляти, розкривати та зберігати фінансову звітність суб'єктів, що звітують за МСФЗ на основі звітних документів у форматі XBRL. Тобто виконується увесь комплекс технологічних операцій зі звітною інформацією.

Такий процес відбувається під управлінським наглядом Керівного Комітету Системи фінансової звітності, що складається з представників Міністерства фінансів та трьох регуляторів. Апаратне та програмне забезпечення Системи фінансової звітності, управління та підтримка якого здійснюється Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку, є технологічною платформою для подання звітності у XBRL, яка в даному випадку включає звітність за МСФЗ на основі таксономії МСФЗ України та передбачених електронних iXBRL форматів звітності за таксономією.

Для практичної реалізації подачі електронної фінансової звітності в Україні створено портал СФЗ – FRS.GOV.UA, який є вебсайтом для суб'єктів звітування, що зобов'язані подавати фінансову звітність до Центру. При цьому підприємство може створити файл фінансової звітності у форматі iXBRL за допомогою інструмента iXBRL (Інструмент iXBRL – українська загальна Таксономія – 220_320_v1.5; Інструмент iXBRL – українська Таксономія МСФЗ для страхових компаній; Інструмент iXBRL – українська Таксономія МСФЗ для банків), доступного для завантаження на вебсайті FRS.GOV.UA та на сайтах регуляторів відповідно до сфери своєї діяльності (рис. 3).



Рис. 3. Приклад завантаження Інструменту iXBRL – загальна Таксономія UA МСФЗ

Джерело: [17]

Також підприємство (організація) може використати інші програмні засоби, які формують файл у форматі iXBRL відповідно до таксономії UA XBRL МСФЗ. Програмне забезпечення порталу СФЗ побудовано на основі програмного продукту «Vizor Regulatory Return» ірландської компанії Vizor Software (<http://www.vizorsoftware.com>). Для валідації та опрацювання фінансової звітності у форматі iXBRL використовується XBRL процесор Altova (altova.com) [18]. Поетапне складання та подання електронної фінансової звітності у форматі iXBRL подано на рис. 4.

I етап	Використання спеціалізованого програмного забезпечення (ПЗ) для складання та валідації фінансової звітності		
	Безкоштовне	Власне	Платне
II етап	Використання спеціалізованого ПЗ для підписання фінансової звітності		
	ПЗ АЦСК		В онлайн режимі на порталі id.gov.ua
III етап	Реєстрація на порталі СФЗ - програмно-технічній веб-платформі з доступом для окремих представників суб'єктів звітування, в якій здійснюються дії з подання фінансової звітності в єдиному електронному форматі		
	Суб'єкти звітування		Користувачі
IV етап	Подання фінансової звітності на порталі СФЗ		
	Фінансова звітність згенерована суб'єктом звітування з розширенням *.HTML та підписана керівником, головним бухгалтером (проміжна) і аудитором (річна) шляхом створення КЕП для файлу фінансової звітності в окремому зовнішньому файлі формату p7s		
V етап	Розкриття фінансової звітності на порталі СФЗ		
	Оприлюднюється фінансова звітність у форматі iXBRL, що згідно законодавства є публічною		

Рис. 4. Етапи складання та подання електронної фінансової звітності в єдиному форматі

Джерело: складено авторами самостійно

Особливості підготовки, валідації та подання електронного формату фінансової звітності. Вимоги до програмного забезпечення. Для того, щоб створити і перевірити документи iXBRL таксономії UA XBRL МСФЗ суб'єкту звітування потрібно мати програмне

забезпечення на основі Excel, де повинно бути включене використання макросів для того, щоб програмний продукт міг працювати належним чином (рис. 5).

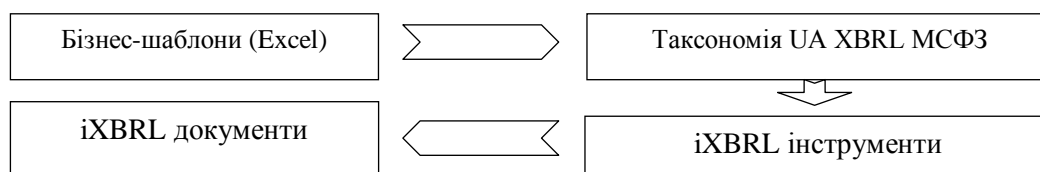


Рис. 5. Процедура створення файлу iXBRL

Джерело: складено авторами за [19, с. 20]

Суб'єкт звітування, якщо не має жодного програмного забезпечення для роботи з XBRL таксономією, може завантажити безкоштовне XBRL програмне забезпечення із джерела з відкритим доступом. На офіційному сайті XBRL.org налічується понад 60 сертифікованих розробників програмного забезпечення, продукти яких можуть бути використані для складання, перегляду та валідації звітності в форматі XBRL. Проте основною перешкодою їх використання є висока плата за використання цих продуктів. Серед безкоштовного програмного забезпечення на сьогодні є Arelle. Завантажити його можна за посиланням: www.arelle.org [20]. За допомогою даного програмного забезпечення також можна провести валідацію документа, тобто перевірити працездатність інструменту iXBRL, оскільки користувачі його розширюють та адаптують; коректність документа. Дане ПЗ є зручним, надійним. Недоліком даного ПЗ є довготривала обробка великого обсягу інформації під час валідації фінансової звітності.

Для того, щоб створити iXBRL-документи, які розроблені з використанням Таксономії звітності UA XBRL МСФЗ необхідно вибрати стандарт на якому базується фінансовий звіт та примітки. Навпроти форм фінансових звітів, включаючи примітки, які потрібно включити до iXBRL-документа, потрібно поставити позначку. Програма фільтрує інформацію. Якщо будуть включені дані до якоїсь певної форми фінансової звітності та приміток, але вони не перевіряються у стовпці «Перегляд» ці дані не включатимуться в документ iXBRL. Тобто, у документі iXBRL буде включена лише та інформація фінансових звітів та приміток, які відмічені у стовпці «Перегляд».

Інструментарій програми XBRL передбачає використання тегів. Це потрібно для ідентифікації кожного фрагменту фінансових даних за допомогою XBRL-сумісної програми. Наприклад, для основних засобів є окремий блок, в якому представлені всі його елементи. У ньому прописуються який тип тегу використовується та надається посилання на стандарт, в якому подана інформація про показник. Теги можуть бути двох видів: 1) пункт (item) – описує самостійний показник, який дозволяє передати певний факт, наприклад, «Грошові кошти» або «Кількість працівників»; 2) множинний тег або кортеж (tuple) – являє собою сукупність показників (пунктів або інших кортежів), що дозволяє групувати взаємопов'язані факти, кожен з яких окремо не має достатнього сенсу. Наприклад, кортеж «працівник» може містити «ім'я» і «посаду» [10, с. 39]

Інструментом передбачено внесення інформації про «звітний період», а також ідентифікатора суб'єкта господарювання (рис. 6). Підприємства, що звітують повинні зазначити свій ідентифікаційний номер, початок і кінець поточного та попереднього звітних періодів. Також необхідно зазначити дату початку попереднього періоду. При цьому суб'єкти звітування повинні врахувати обов'язковий формат (ISO 8601) для дат у документах iXBRL [21]. Суб'єкти, що звітують, повинні перевірити та заповнити всі фінансові звіти та

ІНШІ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

примітки, які вони хочуть включити до свого iXBRL-документа. Після цього потрібно натиснути на кнопку «Створити iXBRL-документ».

Інструмент iXBRL
Таксономія UA МСФЗ для страхових компаній

Стандарт	Позначення	Код	Фінансові звіти та примітки
IAS1	<input checked="" type="checkbox"/>	101000	Звіт про управління
CMD	<input type="checkbox"/>	102000	Звіт про платежі за користування природними ресурсами
UA	<input checked="" type="checkbox"/>	103000	Регулярна та особова інформація про суб'єкта господарської діяльності
ISA700	<input checked="" type="checkbox"/>	104000	Звіт аудитора
UA	<input checked="" type="checkbox"/>	105000	Актуарний звіт
IAS1	<input checked="" type="checkbox"/>	110000	Загальна інформація про фінансову звітність
IAS1	<input checked="" type="checkbox"/>	210000	Звіт про фінансовий стан, поточні/непоточні
IAS1	<input type="checkbox"/>	220000	Звіт про фінансовий стан, у порядку ліквідності
IAS1	<input checked="" type="checkbox"/>	310000	Звіт про сукупний дохід, прибуток або збиток, за функцією витрат
IAS1	<input type="checkbox"/>	320000	Звіт про сукупний дохід, прибуток або збиток, за характером витрат
IAS1	<input checked="" type="checkbox"/>	410000	Звіт про сукупний дохід, компоненти іншого сукупного доходу, відображені після оподаткування
IAS1	<input checked="" type="checkbox"/>	420000	Звіт про сукупний дохід, компоненти іншого сукупного доходу, відображені до оподаткування
IAS7	<input checked="" type="checkbox"/>	510000	Звіт про рух грошових коштів, прямий метод
IAS7	<input checked="" type="checkbox"/>	520000	Звіт про рух грошових коштів, непрямий метод
IAS1	<input checked="" type="checkbox"/>	610000	Звіт про зміни у власному капіталі
IAS26	<input type="checkbox"/>	710000	Звіт про зміни у чистих активах, навівних для виплат
IAS1	<input checked="" type="checkbox"/>	800100	Примітки - Підкласифікації активів, зобов'язань та власного капіталу
IAS1	<input checked="" type="checkbox"/>	800200	Примітки - Аналіз доходів та витрат
IAS7	<input checked="" type="checkbox"/>	800300	Примітки - Звіт про рух грошових коштів, розкриття додаткової інформації
IAS1	<input checked="" type="checkbox"/>	800400	Примітки - Звіт про зміни у власному капіталі, розкриття додаткової інформації
IAS1	<input checked="" type="checkbox"/>	800500	Примітки - Список приміток

Інформація про звітний період

Ідентифікатор суб'єкта господарської діяльності: A123456789

Поточний звітний період: Дата початку звітного періоду: 2017-01-01, Дата закінчення: 2017-12-31

Попередній звітний період: Дата початку звітного періоду: 2016-01-01, Дата закінчення: 2016-12-31

На початок попереднього періоду: 2015-01-01

Створити документ iXBRL (будь ласка, зачекайте, поки діє обробка)

Запустити Arelle: C:\Program Files\Arelle

Провести валідацію

Імпорт із файлу TXT | Експорт до файлу TXT

Рис. 6. Приклад інструменту iXBRL Таксономія UA МСФЗ для страхових компаній

Джерело: [20]

Якщо процес успішно завершений, з'явиться вікно, що вказує про результат створення iXBRL-документа. Створений iXBRL-документ можна відкрити за допомогою веб-браузера, натиснувши двічі. iXBRL-документ – точне відображення звіту, і його можна переглянути як веб-сторінку.

Технологічні аспекти заповнення таблиць. Суб'єкти звітування повинні заповнити комірки із цифровими значеннями вручну або скопіювати та вставити з іншого джерела. Усі клітинки з синім або жовтим фоном не можуть бути заповнені, оскільки вони представляють абстрактні елементи в систематиці XBRL UA IFRS (рис. 7).

Звіт про фінансовий стан, поточні/непоточні			
INDEX	Поточний звітний період	Попередній звітний період	На початок попереднього періоду
Активи [абстрактний тип]			
Непоточні активи [абстрактний тип]			
Основні засоби	288,833.00	319,627.00	0.00
Інвестиційна нерухомість	0.00	0.00	0.00
Гудвіл	0.00	0.00	0.00
Нематеріальні активи за винятком гудвілу	160,217.00	157,053.00	0.00
Інвестиції, облік яких ведеться за методом участі в капіталі	0.00	0.00	0.00
Інвестиції в дочірні підприємства, спільні підприємства та асоційовані підприємства	357,082,781.00	363,752,589.00	0.00
Непоточні біологічні активи	0.00	0.00	0.00
Торговельна та інша непоточна дебіторська заборгованість	4,245,709.00	2,664,924.00	0.00
Непоточні запаси	0.00	0.00	0.00
Відстрочені податкові активи	0.00	0.00	0.00
Поточні податкові активи, непоточні	0.00	0.00	0.00
Інші непоточні фінансові активи	103,257.00	103,270.00	0.00
Інші непоточні нефінансові активи	3,059,127.00	1,230,752.00	0.00
Непоточні негрошові активи, передані у заставу, які одержувач має право, за договором або за зльотом, продати чи переуступити	0.00	0.00	0.00
Загальна сума непоточних активів	364,939,924.00	368,228,215.00	0.00

Рис. 7. Приклад підготовки Звіту про фінансовий стан для створення файлу iXBRL

Джерело: [18]

Важливо, що назви комірок, послідовність їх заповнення не можна змінювати. Також існують деякі спеціальні клітини, які роблять автоматичний розрахунок, і цей розрахунок не може бути змінений, оскільки він включений як обов'язкова розрахункова перевірка (валідація) в таксономії. Грошові (монетарні) значення, що включені до фінансового звіту, мають бути представлені в тисячах гривень.

На рис. 7 видно, що за статтями балансу компанії необхідно відобразити інформацію у трьох розрізах: за поточний, попередній і початок попереднього періоду. В класичних формах звітності наводиться, як правило, інформація за поточний, попередній періоди. Отже, електронний формат вимагає більш широкої інформації для звітування.

Фізично таксономія МСФЗ складається з набору електронних файлів XBRL, тому для тих, хто не знає XBRL, може бути важко переглядати та зрозуміти структуру Таксономії МСФЗ без використання спеціалізованого програмного забезпечення. Для допомоги звітувачам Фонд МСФЗ опублікував Ілюстрацію МСФЗ «Таксономія ілюстрована» для полегшення розуміння таксономії МСФЗ та її структури, а також для надання допомоги в маркуванні фінансових звітів, підготовлених за допомогою МСФЗ.

Ілюстрована таксономія МСФЗ визначає ієрархію Таксономії МСФЗ та елементів в ній; необхідний формат цих елементів, таких, як текст, дата; посилання на пункти профільних МСФЗ, згідно з якими ці елементи розкриваються (рис. 8).

Ієрархія	Формат розкриття	IFRS Standard reference
10000] Загальна інформація про фінансову звітність		
розкриття загальної інформації про фінансову звітність [текстовий блок]	text block	IAS 1.51 Disclosure
Назва суб'єкта господарювання, що звітує, або інші засоби ідентифікації	text	IAS 1.51 a Disclosure
Пояснення зміни назви суб'єкта господарювання, що звітує, або інших способів ідентифікації у порівнянні з кінцем попереднього звітного періоду	text	IAS 1.51 a Disclosure
Опис характеру фінансової звітності	text	IAS 1.51 b Disclosure; IAS 27.16 a I IAS 27.17 a Disclosure
Дата кінця звітного періоду	yyyy-mm-dd	IAS 1.51 c Disclosure
Період, який охоплюється фінансовою звітністю	text	IAS 1.51 c Disclosure
Опис валюти подання	text	IAS 1.51 d Disclosure; IAS 21.53 Dis
Рівень округлення, використаний у фінансовій звітності	text	IAS 1.51 e Disclosure

Рис. 8. Ілюстрована таксономія фінансової звітності

Джерело: [21]

Перша колонка документа представляє ієрархію стандартів МСФЗ. Друга колонка документа ілюструє можливі формати розкриття інформації. У третій колонці можна побачити посилання на параграф / розділ стандарту МСФЗ для коректного розкриття елементів. В даному випадку мова йде про нормативне забезпечення коректного відображення інформації.

Така структура інформації надається за кожним фінансовим звітом та примітками. Приклад на рис. 9 щодо балансу розкриває: вид активу (кол. 1); адресу цифри – сальдо дебетове або кредитове певного рахунку бухгалтерського обліку (кол. 2); пункт

застосованого відповідного МСБО/МСФЗ (кол. 3). Після того, як створено файл iXBRL необхідно провести його валідацію – попередньо перевірити свій документ iXBRL локально.

[210000] Звіт про фінансовий стан, поточні/непоточні		
Звіт про фінансовий стан [абстрактний тип]		
Активи [абстрактний тип]		
Непоточні активи [абстрактний тип]		
Основні засоби	X instant, debit	IAS 1.54 a Disclosure, IAS 16.73 e Disclosure
Інвестиційна нерухомість	X instant, debit	IAS 1.54 b Disclosure, IAS 40.76 Disclosure, IAS 40.79 d Disclosure
Гудвіл	X instant, debit	IAS 1.54 c Disclosure, IAS 36.134 a Disclosure, IAS 36.135 a Disclosure, IFRS 3.B67 d Disclosure
Нематеріальні активи за винятком гудвілу	X instant, debit	IAS 1.54 c Disclosure, IAS 38.118 e Disclosure
Інвестиції, облік яких ведеться за методом участі в капіталі	X instant, debit	IAS 1.54 e Disclosure, IFRS 12.B16 Disclosure, IFRS 8.24 a Disclosure
Інвестиції в дочірні підприємства, спільні підприємства та асоційовані підприємства	X instant, debit	IAS 27.10 Disclosure
Непоточні біологічні активи	X instant, debit	IAS 1.54 f Disclosure
Торговельна та інша непоточна дебіторська заборгованість	X instant, debit	IAS 1.54 h Disclosure, IAS 1.78 b Disclosure
Непоточні запаси	X instant, debit	IAS 1.54 g Disclosure
Відстрочені податкові активи	X instant, debit	IAS 12.81 g (i) Disclosure, IAS 1.54 o Disclosure, IAS 1.56 Disclosure

Рис. 9. Приклад відображення даних Звіту про фінансовий стан

Джерело: [21]

Якщо валідація (перевірка) невдала, то необхідно ще раз перевірити документ iXBRL на наявність помилок. Підтвердження iXBRL документів може мати два результати – невдала валідація або вдала валідація.

Помилки виправляють заміною на коректні дані. Можливо вони вкажуть на некоректність даних бухгалтерського обліку. У такому разі бухгалтерії компанії потрібно «розкрутити назад» підготовлені дані, знайти помилку і виправити її. Коректність виправлень перевірятиме і підтверджуватиме аудитор. Отже, нова система одночасно виступає надійним контролером помилок звітних даних.

Після вдалої валідації – відсутності помилок, файл iXBRL може бути розміщений на порталі СФЗ, що означає передачу його регулятору.

Таким чином, поєднання фінансової звітності, складеної за МСФЗ та електронного формату її подання з використанням Таксономії UA XBRL МСФЗ у форматі XBRL вважається на сьогодні найкращою практикою для створення та подання якісної, прозорої, зрозумілої фінансової звітності користувачам.

Висновки та пропозиції. Стандарт XBRL є загальновизнаним серед міжнародної бізнесової спільноти та має безліч переваг у складанні й поданні фінансової звітності у форматі «єдиного вікна», який став обов'язковим для окремих підприємств України – суб'єктів суспільного інтересу. У 2020 році планується запровадження даного стандарту у повному обсязі. Тому формування механізму забезпечення електронної фінансової звітності у форматі iXBRL є важливим завданням як для суб'єктів звітування, так і державних регуляторів.

Розроблений механізм може бути удосконалений в подальшому, в результаті моніторингу сучасного стану запровадження формату iXBRL в Україні і реакцією на цей процес його учасників.

Результати дослідження можуть бути використані підприємствами (організаціями) для удосконалення процесу звітування і виявлення можливих помилок під час трансформації даних бухгалтерського обліку у новий формат звітів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження перекладу Таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами фінансової звітності» від 07.12.2018 р. № 983 (діє до 01.01.2020 р.).
2. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження перекладу Таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами фінансової звітності» від 25.10.2019 р. №452 (діє з 01.01.2020 р.). URL: <https://www.mof.gov.ua/uk/draft-laws-and-regulations-in-2019> (дата звернення 10.01.2020).
3. НКЦПФР оприлюднює план навчальних заходів з підготовки до переведення звітності за МСФЗ в формат XBRL. URL: <https://arc.nssmc.gov.ua/2019/05/29/nkcpfr-oprilyudnyu-plan-navchalnyh-zahodiv-z-pdgotovki-do-perevodu-zvtnost-za-msfz-v-format-xbrl/>
4. Практичне застосування МСФЗ. URL: <https://zakon.help/article/nkcpfr-sistema-finansovoi-zvitnosti-xbrl-format-xbrl?menu=185>. (дата звернення 10.01.2020).
5. Журавльова Т.В. Необхідність створення єдиного інформаційного простору забезпечення формування показників фінансової звітності згідно з МСФЗ. *Економічні науки. Серія: Облік і фінанси*, 2010. Вип. 7(1). С. 464-469. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/escnof_2010_7%281%29__60 (дата звернення 05.02.2020).
6. Халяпіна С. Чому не варто поспішати зі звітністю у форматі XBRL. URL: <https://finance.liga.net/ekonomika/opinion/pochemu-ne-stoit-speshit-s-otchetnostyu-v-formate-ixbrl>.
7. Калітенко Д.О. Таксономія і аналітична інтерпретація фінансової звітності підприємства суспільного інтересу. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2018, № 19. С. 14-20.
8. Мельниченко О.В. Формування XBRL-звітності щодо обігу електронних грошей. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*, 2014. № 4. С. 220-225. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2014_4_32 / (дата звернення 15.01.2020).
9. Степанова А. Підходи до розкриття звітності. URL: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/FZ002083.html (дата звернення 05.02.2020).
10. Приймак О.О., Щирська О.В. Подання фінансової звітності в форматі XBRL в Україні. Розвиток системи обліку, аналізу та аудиту в Україні: теорія, методологія, організація: збірник тез доповідей учасників XVIII Всеукраїнської наукової конференції. Київ: ДП «Інформ. – аналіт. агентство», 2020. С. 38-41.
11. Singerova J. XBRL: Different Approach of Utilization. *Procedia Economics and Finance*, 25 (2015). pp. 134 – 140. URL: www.sciencedirect.com (дата звернення 05.02.2020).
12. Eierle B., Ojala H., Penttinen E. XBRL to enhance external financial reporting: Should we implement or not? Case Company X. *Journal of Accounting Education*. Vol. 32, Issue 2, June 2014, pp. 160-170. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0748575114000311> (дата звернення 05.02.2020).
13. Ashoka M L., & Abhishek, N. (2019). Role of XBRL in Promoting the Integrated Reporting in Indian Scenario. *Indian Journal of Accounting*, 51(1), Jan-June, pp. 25-33. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?Abstract_id=3411024. (дата звернення 15.02.2020).
14. *Офіційний сайт СФЗ*. Що таке система фінансової звітності. URL: <https://frs.gov.ua/about-frs/shho-take-sfz/> (дата звернення 07.02.2020).
15. Малишкін О., Шуляренко С., Ярмолицька О. Звітність компанії за міжнародними стандартами та європейськими нормативами. Навчальний посібник. К.: ДУІТ, Видавничий дім «АртЕк», 2019. 380 с.
16. *Офіційний сайт XBRL*. URL: <https://www.xbrl.org/the-standard/what/an-introduction-to-xbrl/> (дата звернення 07.02.2020).
17. Javier Mora González. Introduction to XBRL. Presentation. 115 с.
18. EU-FINSTAR Технічна допомога за пріоритетними напрямками фінансового сектору в Україні Компонент 1: таксономії МСФЗ XBRL. URL: http://www.nfp.gov.ua/files/tacsonomia/NSSMC_Financial Reporting System XBRL.pdf.
19. Інструмент iXBRL – українська Таксономія МСФЗ для страхових компаній-210_310_v1.5. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Tacsonomiia-MSFZ.html>.
20. Посібник користувача порталу системи фінансової звітності (СФЗ) для суб'єктів звітування. Версія документу №2, вересень 2019 р., 25 с.
21. IFRS Taxonomy Illustrated (2019). Published by the IFRS Foundation. pp. 193.
22. Інструкція щодо користування програмним продуктом на основі iXBRL для створення та валідації документів iXBRL, розроблених з використанням Таксономії звітності UA XBRL МСФЗ, розроблена UA FINSTAR. 2019. 18 с.

REFERENCES

1. The Ministry of Finance of Ukraine (2018), The Order “On approval of the translation of the Taxonomy of financial statements according to international financial reporting standards” (valid until 01.01.2020), available at: <https://www.mof.gov.ua/uk/orders-of-the-ministry-of-finance-of-Ukraine-in-2018> (Accessed 20 December 2019).

2. The Ministry of Finance of Ukraine (2019), The Order “On approval of the translation of the Taxonomy of financial statements according to international financial reporting standards” (valid since 01.01.2020), available at: <https://mof.gov.ua/storage/files/452%20%D0%BD%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B7.pdf> (Accessed 10 January 2020).
3. The National Securities and Stock Market Commission (2019), “NKTsPFR opryliudniue plan navchalnykh zakhodiv z pidhotovky do perevodu zvitnosti za MSFZ v format XBRL” [The NSSMC announces a training plan for preparation for the translation of IFRS reporting into the XBRL format], Kyiv, Ukraine.
4. The Official Site of Zakon.help (2019), “Praktychne zastosuvannia MSFZ.” [Practical application of IFRS], available at: <https://zakon.help/article/nkcpfr-sistema-finansovoi-zvitnosti-xbrl-format-xbrl?menu=185> (Accessed 10 January 2020).
5. Zhuravlova, T.V. (2010), “The need to create a single information space to ensure the formation of financial reporting indicators in accordance with IFRS”, *Ekonomichni nauky. Serii: Oblik i finansy*, vol. 7(1), pp. 464-469, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2010_7%281%29_60 (Accessed 05 February 2020).
6. Khaliapina, S. (2019), “Chomu ne varto pospishaty zi zvitnist u formati XBRL.” [Why you should not hurry with the financial statements in the XBRL format], available at: <https://finance.liga.net/ekonomika/opinion/pochemu-ne-stoit-spushit-s-otchetnostyu-v-formate-ixbrl> (Accessed 05 February 2020).
7. Kalitenko, V. (2018), “Taxonomy, Analysis and Interpretation of Financial Statements of Public Interest Entities”, *Naukovi visnyk Uzhhorodskoho universytetu*, vol.19, pp. 14-20.
8. Melnychenko, O.V. (2014), “The Formation of the XBRL Reporting on the Circulation of Electronic Money”, *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Serii : Ekonomichni nauky*, vol. 4, pp. 220-225, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2014_4_32/ (Accessed 15 February 2020).
9. Stepanova A. (2020), “Approaches to disclosure the financial statements”, available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FZ002083.html (Accessed 05 February 2020).
10. Pryimak, O.O. and Shchyrska, O.V. (2020), “Presentation of financial statements in XBRL format in Ukraine”, *Zbirnyk tez dopovidei uchastnykiv XVIII Vseukrainskoi naukovoï konferentsii* [Conference Proceedings of the XVIII all-Ukrainian scientific conference], *Rozvytok systemy obliku, analizu ta audytu v Ukraini: teoriia, metodolohiia, orhanizatsiia* [The development of a system of accounting, analysis and audit in Ukraine: theory, methodology, organization], Kyiv, pp. 38-41.
11. Singerova. J. (2015), XBRL: Different Approach of Utilization. *Procedia Economics and Finance*, 25, pp. 134 – 140, available at: www.sciencedirect.com (Accessed 05 February 2020).
12. Eierle, B., Ojala, H. and Penttinen, E. (2014), XBRL to enhance external financial reporting: Should we implement or not? Case Company X. *Journal of Accounting Education*. vol. 32, Issue 2, pp. 160-170, available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0748575114000311> (Accessed 05 February 2020).
13. Ashoka M L. & Abhishek, N. (2019). Role of XBRL in Promoting the Integrated Reporting in Indian Scenario. *Indian Journal of Accounting*, 51(1), Jan-June, pp. 25-33, available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3411024 (Accessed 15 February 2020).
14. The Official Site of FRS (2019), “What is financial reporting System”, available at: <https://frs.gov.ua/about-frs/shho-take-sfz/> (Accessed 07 February 2020).
15. Malyshkin, O., Shuliarenko, S. and Yarmolitska, O. (2019), *Zvitnist kompanii za mizhnarodnymy standartamy ta yevropeiskymy normatyvamy* [Statements of the company according to international standards and European regulations], Kyiv, Ukraine.
16. The Official Site of XBRL, available at: <https://www.xbrl.org/the-standard/what/an-introduction-to-xbrl/> (Accessed 07 February 2020).
17. Javier Mora Gonzálbez. Introduction to XBRL. Presentation. 115 p.
18. EU-FINSTAR (2019), Technical assistance in priority areas of the financial sector in Ukraine, Component 1: the IFRS XBRL taxonomy, available at: [http://www.nfp.gov.ua/files/tacsonomia/NSSMC_Financial Reporting System XBRL.pdf](http://www.nfp.gov.ua/files/tacsonomia/NSSMC_Financial%20Reporting%20System%20XBRL.pdf) (Accessed 07 February 2020).
19. The National Commission for Regulation of Financial Services Markets (2019), “Tool iXBRL - UA IFRS Taxonomy for Insurance companies” - 210_310_v1.5, available at: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Taksonomiia-MSFZ.html> (Accessed 07 February 2020).
20. Posibnyk korystuvacha portalu systemy finansovoi zvitnosti (SFZ) dlia subiektiv zvituvannia.[User manual portal financial reporting system (FRS) for the reporting entities]. no.2, 2019. 25 p.
21. IFRS Taxonomy Illustrated (2019). Published by the IFRS Foundation. pp. 193.
22. Instruction regarding the use of the software product on the basis of iXBRL for the creation and validation documents of the iXBRL developed using Taxonomies of reporting UA XBRL IFRS, developed by UA FINSTAR, 2019. 18 p.

*Александр Малышкин, д.э.н., аудитор, САРА
(профессор каф. учета и налогообложения, Государственный университет
инфраструктуры и технологий)*

*Светлана Шуляренко, к.э.н., доц.
(заведующая каф. учета и налогообложения, Государственный университет
инфраструктуры и технологий)*

*Ольга Ярмолицкая, к.э.н.
(доцент каф. учета и налогообложения, Государственный университет
инфраструктуры и технологий)*

АНАЛИЗ ПРАГМАТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ЗА МСФО В ФОРМАТЕ XBRL

В последнее время в Украине вводится новая система финансовой отчетности (СФО) – представление финансовой отчетности предприятиями и организациями в унифицированном электронном формате iXBRL, подготовленной согласно таксономии UA XBRL МСФО, по принципу «единого окна». Такое решение принято на правительственном уровне путем внедрения системы отчетности на базе таксономии с 2020 года для публичных акционерных обществ и других субъектов хозяйствования, которые обязаны составлять и подавать финансовую отчетность по Международным стандартам финансовой отчетности.

Проанализированы практические аспекты внедрения новой системы на основании исследования платформы программного обеспечения такой системы – портала СФО (FRS.GOV.UA), который является вебсайтом для субъектов отчетности. Представлен механизм обеспечения электронной финансовой отчетности в формате iXBRL в Украине. Установлено пользователей системы финансовой отчетности. Отмечены особенности подготовки, проверки и представления электронного формата финансовой отчетности предприятием в новой системе. Даны рекомендации по практическому применению СФО, расшифрованы составляющие таксономии финансовой отчетности, которые приводятся наглядно в форме таблиц.

Подано бухгалтерское содержание элементов таксономии отчетности, что растолковывает программные требования к элементам финансовой отчетности предприятия (организации). Предложены технологические приемы заполнения таблиц. Проиллюстрировано элементы таксономии отчетности на базе МСФО: иерархия элементов; требуемый формат этих элементов (текст, дата); ссылки на пункты профильных МСФО, согласно которым эти элементы раскрываются. Результаты исследования могут быть использованы предприятиями (организациями) для совершенствования процесса отчетности и выявления возможных ошибок при трансформации данных бухгалтерского учета в новый формат отчетов.

Ключевые слова: финансовая отчетность, UA XBRL МСФО, отчетность публичных обществ, таксономия.

*Oleksandr Malyshkin, Doctor of Economic Sciences, Professor
(Professor of Accounting and Taxation Department, State University of Infrastructure and Technologies)*

*Svitlana Shulyarenko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
(Head of Accounting and Taxation Department, State University of Infrastructure and Technologies)*

*Olha Yarmolitska, Candidate of Economic Sciences
(Associate Professor of Accounting and Taxation Department, State University of Infrastructure and Technologies)*

THE ANALYSIS OF THE PRAGMATIC ASPECTS OF THE FINANCIAL REPORTING SYSTEM ACCORDING TO IFRS IN XBRL FORMAT

In Ukraine introduced a new financial reporting system (FRS) – presentation financial reporting by enterprises and organizations in a standardized electronic format iXBRL prepared according to the UA XBRL IFRS Taxonomy, the principle of "single window". This decision was made at government level through the implementation of a reporting system based on taxonomy 2020 for public joint stock companies and other entities, that are required to prepare and submit financial statements according to International Financial Reporting Standards.

Analyzed practical aspects of implementation the new system based on a survey of software platforms for such a system FRS (FRS.GOV.UA), which is the website for the reporting entities. The mechanism of providing electronic financial statements in iXBRL format in Ukraine. The formation mechanism for electronic financial statements in iXBRL format is an important task for both the reporting entities and state regulators. The developed mechanism can be improved in the future, as a result of monitoring the current state of the implementation of iXBRL format in Ukraine and the reaction to this process by its participants.

Installed users of the financial reporting system. Listed the peculiarities of the preparation, verification and submission of electronic format of the financial statements of the enterprise in the new system. Recommendations on the practical application of SFZ, decoded components of the taxonomy of the financial statements, which are presented graphically in the form of tables. Filed accounting the content of the taxonomy elements of a reporting, which explains the software requirements for elements of the financial statements of the enterprise (organization). The proposed technological means of filling out the tables. Illustrated taxonomy elements reporting on the basis of IFRS: the hierarchy of elements; the required format of these elements (text, date); references to paragraphs of the relevant IFRS, according to which these elements are revealed.

The results of the research can be used by enterprises (organizations) for improvement of the reporting process and identify possible errors in the transformation of accounting data into the new format reports.

Keywords: financial statements, UA XBRL IFRS, reporting of public joint stock companies, taxonomy.

УДК: 338.1

JEL Classification: F4; O1

*Viktoriia Medvid, Doctor of Economic Sciences, Professor
(Professor of Economics Department, Sumy National Agrarian University)
ORCID ID: 0000-0002-2257-6276*

*Yu. Zhijiang,
(PhD. student (management), Sumy National Agrarian University)
ORCID ID: 0000-0002-1087-9106*

RESEARCH ON THE OVERSEAS M&AS OF CHINA'S SPORTS INDUSTRY UNDER THE BACKGROUND OF THE BELT AND ROAD INITIATIVE: SWOT-ANALYSIS

As an important strategy of the national development, the "One Belt-One Road" initiative (BRI) has established the longest and most dynamic economic belt in the world. A new space for the opening of China's sports industry has also been opened by BRI. With the integration of the global economy and the sustained development of China's economy, China's dominant sports enterprises, advantageous brands and advantageous projects which are driven by the initiative of the Belt and Road Initiative (BRI) have used various policies and financial advantages to started a wave of overseas mergers and acquisitions in China's sports industry. Multinational corporations have acquired lots of valuable technology, market and other strategic resources through overseas mergers and acquisitions, thereby the market share, the capability of technical research and development were improved greatly. The overall strength of China's sports industry in international cooperation and competition has been promoted too. However, there are still many uncertainties which include external factors such as geopolitical risks, international trade protectionism, and the inadequacy of Chinese companies lead to the process of overseas mergers and acquisitions is not smooth. Therefore, the aim of China's sports industry overseas M&As can identify their own positioning and clear the direction of development. This paper uses the SWOT method to analyze the advantages, disadvantages, opportunities and threats of overseas mergers and acquisitions in China's sports industry from view of BRI. Finally, according to the SWOT analysis and the matrix which was established on it, the author comes to several conclusions which are shown as follows: promoting the overseas M&As of the sports industry with the help of BRI; expanding overseas investment of the market of sports industry which based on the global layout; promoting the core competitiveness China's sports industry by the way of strengthening the ability of independent research and core technologies; promoting the "Internet +" and "5G" emerging business investment in the area of sports industry.

Keywords: BRI, Sports Industry; Overseas Mergers and Acquisitions; SWOT – analysis.

Introduction. China's economy has developed rapidly since the reform and opening up. As the second largest economy, China plays an increasingly important role in economic globalization. During this period, the Chinese economy has attracted many foreign investments and has become one of the largest recipients in the world. The Chinese government even more knows that the importance of overseas investment should not be neglected. Because it is an important way to develop an open economy and comprehensively improve the level of opening. No American

© Medvid V. Yu., Yu. Zhijiang., 2020

companies that grown mainly through its internal expansion. All the large companies grown up based on the way of mergers and acquisitions through certain degrees [1].

Similarly, based on the economic globalization and the inherent needs of national economic development, the strategy of "going out" was made by the Chinese government. As an actively responded to the national "going out" strategy, the 13th Five-Year Plan for China's sports development has clearly encouraged sports enterprises, advantageous brands and advantageous projects to "going out" and support overseas mergers and acquisitions in the sports industry actively. China as a developing country, compare to Western multinational companies which under the layout in the global market. Compete with Western multinational companies under the layout in the global market, the Chinese enterprises usually have no advantage, so this request the Chinese enterprises much "going out". It should be noticed that overseas M&As is the best form among all the investment [2]. As an important part of overseas investment of China's sports industry, overseas M&As has experienced leaps and bounds after BRI. Recent years, China's sports industry has experienced two upsurges of overseas M&As. One had happened in 2006-2010; the second upsurges of Chinese overseas M&As has happened since 2013 which the year of BRI was made [3]. Under the promotion of these two overseas M&As, China's sports enterprises have grown continuously, and some of them have become the powerful multinational companies that match China's economic strength. Based on all these overseas M&As, Chinese sports enterprises, especially those multinational corporations, have obtained a large amount of resources such as valuable capital, technology, market and strategic resources. The core competitiveness of China's sports enterprises has been improved obviously in the process of international cooperation and competition which based on overseas M&As. At the same time, the China's sports industry has made outstanding contributions to global economy. However, the overseas M&As of China's sports enterprises is often influenced by geopolitics and trade protectionism which comes from the host country government, industry associations and strengthening enterprises. At the same time, there are also some uncertainty and risks of overseas M&As which come from Chinese sports enterprises such as the economic strength is insufficient, the experience of overseas M&As is lack, the control of risk about overseas M&As should be enhanced, and the capabilities of scientific management are weak. So, comparing with the western developed countries, the China's sports enterprises are still in the process of learning, and some various setbacks are also inevitable too. On the other hand, the investment of sports industry which has the character of high investment, high risk and long-term determined the process is not always smooth. Therefore, it is inevitable that the enterprises must pay lots of expensive tuition fees for the strategy of "going out". Based on these factors, the analysis and summarization of the overseas M&As of China's sports industry become especially important. They can not only help Chinese entrepreneurs become mature rapidly, but also can further the development of China's sports industry. These are the most important purposes of this research.

Literature Review. J. Mata and P. Portugal [4] believe that compared with greenfield investment, overseas M&As usually involves the purchase of required assets. The risk of this kind of investment is much lower because they can withdraw through the way to resell through assets when the enterprises encounter major setbacks or some strategic adjustments in the international market.

Buckley's research of the overseas M&As gives a better explanation about why China's sports industry favors overseas M&As so much. Because to enter mature and competitive developed markets, M&As is a more effective and rapid strategy among all the methods of overseas investment [5].

There are four kinds of factors composed of the core models and driving power which can be found from the practical experience of developed countries in Europe and America. They are resource seeking, strategic assets seeking, market seeking and institutional quality of the host country [2].

It is the best opportunity for the overseas M&As of China's sports industry under the influence of

current global economic crisis and weak economic growth. Because Chinese economy has developed stably in recent years. Comparing to the western countries, it has been affected much less by less the financial crisis. So, it is a good chance of "bargain-hunting" for overseas M&As [6].

China, as the world's second largest economy and emerging economic power, will play an increasingly important role in the international investment arena. The resistance and risk in the process of overseas M&As of China's manufacturing and service industry is much less than overseas M&As of energy resources. Therefore, it has become a normal means which helps the Chinese enterprises obtain overseas resources, technology and markets [7].

lots of the Chinese enterprise has not enough ability and experience of overseas M&As to deal with the barriers and potential risks which caused by the complex environment of overseas investment. In fact, for the overseas M&As which full of uncertainty and risk, the supports of the Chinese government are particularly important.

There are several potential risks such as geopolitical risk, legal risk and cultural risk which China's multinational sporting enterprises must face during the implement of BRI [8].

During the process of enter the overseas market, Chinese enterprises should not only focus on maximizing economic benefits, but also should define the specific strategic drivers such as strategic resources, advanced technologies and management experience [9].

Overseas M&As is a booster of acquisition and integration which can accelerate the development of high tech, equipment, brand marketing and other core elements. It will promote the transfer of China's sports industry from the traditional model to the upgraded model and reverse the disadvantages of traditional industries which over-rely on the low-cost, large-scale investment and other comparative advantage [6].

In conclusion, overseas M&As, as the main form of overseas investment of China's sports industry, is one of the most feasible ways for Chinese sports enterprises to absorb advanced technology resources, embed international markets, improve cultural influence, and achieve industrial upgrading goals. However, the enterprises should clarify their own development advantages and disadvantages. they can not only focus on opportunities, but also try their best to avoid various risks which may lead to the failure of overseas M&As. Only in these ways, China's sports industry will be promoted continuously.

These concerns which are raised by the former researches lead to the following objectives of the study:

to guide China's sports industry well understand the advantage of itself and chase the opportunities of overseas M&As;

to help China's sports industry to well understands disadvantage of itself and avoids the risk happens during the process of the overseas M&As effectively.

to give several suggestions for the development of overseas M&As in the sports industry;

to promote the overall and healthy development of China's sports industry.

Methodology and research methods. This paper uses SWOT - analysis method to evaluate and analyze the advantage, weakness, opportunities and threats of overseas M&As of China's sports industry. By the way of the combination of internal resources and external environment and the definition of advantages and weakness, the author can establish a SWOT-matrix, which includes SO strategy, ST strategy, WO strategy and WT strategy. Based on them, the paper will give some suggestions from the perspective of healthy and sustainable development of the sports industry.

Results: SWOT - analysis of China's sports industry overseas M&As under the background of BRI

Advantage. The total size of the sports industry was 462,8 billion yuan in 2008 and achieved an added value of 155,5 billion yuan; in 2017, the total size of the sports industry was 2,11988 billion yuan and achieved an added value of 781,1 billion yuan; the added value of the sports industry

increased from 0.49% of the gross national product of the year to 1%; in 2014, the national government proposed that the total size of the sports industry will exceed 5 trillion yuan which the development goal in 2025, and this aim has become an important force for promoting economic and social development.

Under the impetus of market-oriented sports industry policy reform, the structure of China's sports industry has become more reasonable. The sports service industry has maintained a high speed of growth. In 2016, the added value of the sports service industry exceeded the sports manufacturing industry for the first time and reached 356,1 billion yuan.

From 2008 to 2017, the sports service industry increased from 41,7 billion yuan to 444,1 billion yuan. In the same period, China's sports manufacturing industry has continuously grown from 108,8 billion yuan to 326,5 billion yuan [10].

Recent years, the total number of Chinese sports populations has been constantly rising to the highest level. In 2018, the number of sports populations has reached nearly 450 million.

With the continuous improvement of the people's living standards and the guidance of relevant policies which proposed by the State Sports General Administration, China's sports population will increase to 40% in 2020. From 2015 which the year BRI started implement to April 2019 which the 2nd Belt and Road Summit Forum was held, the scale of China's sports consumption has grown from 476 billion yuan to nearly 10,000 yuan. The per capita of sports consumption expenditure has increased from 1,193 yuan to 2264 yuan, it is estimated that the scale of China's sports consumption will reach 1,5 trillion and Per capita of sports consumption will reach 3448 yuan by the year 2020.

The demand of domestic market of sports industry becomes extremely stronger based on the support of the Chinese government and the growing awareness of people's fitness. It provides a advantageous condition for the sports industry become bigger and stronger.

By the year 2017, the number of enterprises which belong to China's sporting goods industry has increased to 1,096. Compare to 2014, it has increased 246.

There have been 1141 enterprises in China's sporting goods industry by the year 2018. The famous enterprises in the domestic A-share market included the China Sports Industry Group Co., Ltd., Shenzhen Xinlong Industrial Co., Ltd. and Toread, China Dongxiang (Group) Co., Ltd., Li Ning, Anta Sports, Peak, Xtep, 361 Degrees are listed in Hong Kong Mainboard. Hong xing Erke is listed in Singapore and XiDelong is also listed in the Nasdaq Stock Market [11, p. 31-32].

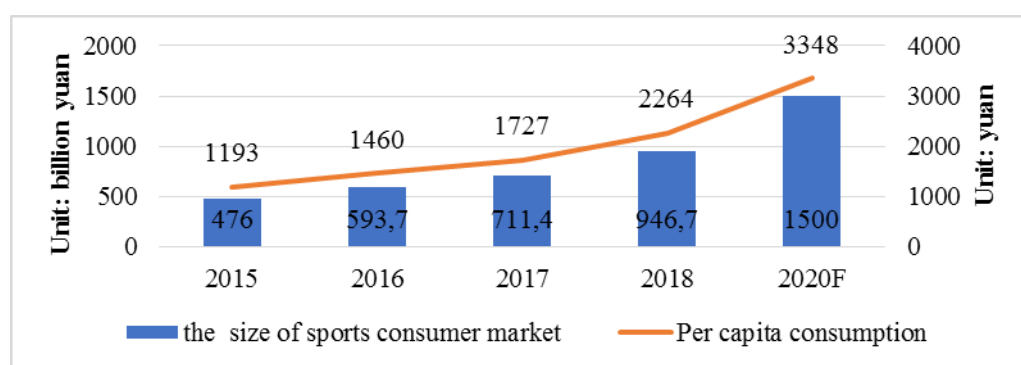


Fig. 1. The statistics of China's sports consumption scale and per capita sports consumption

Source: [10]

The advantage of industrial clusters of the sporting goods manufacturing industry has become more and more obvious, and the levels of economic, technological and management have made

great progress after the accumulation and precipitation more than 30 years in China. The ability of output elements has been established initially, although the large-scale investment and technological transformation is still needed. Overseas investment based on M&As mainly will promote the influence of Chinese national sports brands and define the positioning of the enterprise in the industrial chain. It can also help the enterprise to obtain more advantageous and core resources, such as advanced technology and management experience. The R&D design, marketing, corporate culture which caused by overseas M&As will help to integrate the brand resources of industrial clusters and be beneficial to realize the optimization and structural upgrade of the sports industry. While they are increasingly familiar with the international market, the multinational enterprise has also accumulated lots of valuable experience which can help the enterprise to overcome host countries' trade barriers.

The types of overseas M&As are increasingly diversified: In recent years, China's sports industry overseas M&As is increasingly diversified. There are several areas which the overseas M&As has involved. The investments of sports goods manufacturing and sports clubs are the main areas among them. The diversity characteristics of overseas M&As in the sports industry are reflected in several aspects.

The diversification of investment subjects: the diversified investment subjects with different scales and levels can meet different needs of countries and regions which have different economic levels, the market scale and the technology level along the route. As the main body of overseas M&As, the private enterprises' investment will encounter less interference of the host country. Because compared with state-owned enterprises, private enterprise has advantageous characteristics such as small in scale, flexible. In contrary to the proportion of Overseas M&As which comes from the state-owned enterprise has been declining year to year. The increase of limited liability companies and private enterprises shows they can be easier accepted by the host country easier.

The diversification of investment motivation. Motivation for the acquisition of strategic assets: This is a kind of learning-type overseas investment. It will improve Chinese enterprises to study and master the advanced production technology and management skills from foreign enterprise. It is also an important way to upgrade the structure of China's sports industry.

Motivation for Market acquisition: This kind of overseas M&As can not only help enterprises to consolidate and expand the original market, but also can open new international markets, especially the market of developing countries with low consumption level. This motivation can also alleviate the problem of overcapacity in China's sports industry.

Motivation of circumvent trade barriers: With the rapid development of China's exports, there are various forms of trade barriers such as anti-dumping, technical trade and many other safeguard measures were set up by the United States and other Europe countries. They have deeply impacted on China's sport goods export. Therefore, Anta, Xtep, Xidelong and other sporting goods companies have set up several factories in the Philippines, Russia and other European countries. This kind of motivation can not only help to increase the international influence of the brand, but also be benefitted to avoid the anti-dumping barriers. At the same time, this is a popular investment, because it can solve local employment problems.

Disadvantage. Although the channel which through to the international market has been established by BRI, the Chinese sportswear manufacturing industry is still at the low end of the global industry chain. Compare to other world-famous sports brands, China sports goods enterprise has not too much competitiveness [12]. There are several disadvantageous, such as the international influence of national brands, R&D capabilities of sports goods manufacturing, the innovational design of product materials and function [13, p. 69-71]. The situation which occupy more than 70% of the world's production share can not conceal the fact that most of Chinese sporting goods are low-end products. In these 70%, there are about 50% of sporting export goods are material processing. About 40% of them are the products of low added value. The over-reliance on the

comparative advantages which specialized in labor-intensive industries is one of the current dilemmas that China's sporting goods manufacturing industry must face. "It is big, but not strong" is also the description of the status of China's sports industry in the international market.

In 2018, 120 of Chinese enterprises were listed on the top 500 of the worlds. But none of them came from the area of Chinese sporting goods.

It is clear shown in the table 1: there are only five sports brands were listed on the top 500 of China in 2018. They are relatively low in ranking. It can be inferred that China's sports industry does not have enough competitive advantages both at home and abroad.

Table 1. - Ranking of Chinese sports brands in China's top 500

RANK	BRANDS	Brand Value
183	ERKE	257,15
193	ANTA	232,71
267	LI NING	184,23
334	361 DEGREES	123,24
422	HAOSHA FITNESS	68,15

Source: compiled by author

Whether it is forced to withdraw from overseas markets due to poor management or be rejected by the host country directly. The failure of sports overseas M&As show that there are still lots of problems which Chinese enterprises need to improve. The soft power, such as enterprise innovation, the strategic choice of enterprise, the ability to integrate the resources and culture of corporate, has restricted the implementation of overseas M&As greatly.

They are embodied in the following aspects:

The strategic positioning of the company is not clear. And there is a lack of reasonable and long-term strategy of overseas M&As.

Compared with enterprises in developed countries, Chinese enterprises which involved in the overseas M&As, especially sports clubs, sport media enterprises, are lack of effective experience for transnational management. The shortage of high-quality talents and professional teams who fully understand the relevant laws and taxation of overseas investment are seriously insufficient. There is still a great gap to them.

The conflicts of business models, concepts of management and enterprise culture which come up after the overseas M&As will dramatically increase the cost of enterprises management and risk.

Under the stimulus of relevant policies or the psychological characteristics of grab priority, the overseas M&As of China's sports industry has significant characteristics of irrational competition. In fact, not all the motives of overseas M&As are to the promotion of China's sports industry, even learn from Western advanced management experience or technology. The psychology of bargain-hunting, capital speculation, and even the illegal transferring assets is also the motive of overseas M&As sometimes.

Relevant data shows that Chinese enterprises have frequently acquired football clubs of Italy and Spain in recent years. In 2015 and 2016, Chinese enterprises have acquired 12 football clubs with a cumulative investment of 15 billion yuan. In 2016, it cost Suning 270 million euros to acquire Football Club Internazionale Milano of Italy which had continuously lost of 275.9 million euros in 5 years. The events were once regarded as a typical irrational overseas investment and have been criticized by CCTV as a negative textbook. In order to prevent such investments from happening again, National Development and Reform Commission issued a notice.

The notice said that the overseas investments of sports clubs and other fields are inconsistent with the need of the current economic transformation and upgrading of China. Such investments are not also conducive to the international development of China's sports industry.

In February 2018, in view of the fear that some risks happen during the process of overseas investment, National Development and Reform Commission specially placed sports clubs on the list of industries that limit overseas investment. These risk issues include the following three aspects:

First, both the impact of the Fed's interest rate hike and the outflows of domestic capital which is caused by the unreasonable investment will lead to the risk of RMB depreciation.

Second, the overseas M&As such as the investment of sports club which is conducted by the non-sports companies has the suspicion of transferring assets or laundering overseas.

Third, the large-scale overseas M&As which relies on the highly leveraged has the possibility of triggering systemic risks.

Overseas M&As in the areas of sports industry is a kind of investment which needs long-term returns and heavy funds. Due to the invest forms such as technology and asset restructuring are limited by the overall development level of China's sports industry, cash acquisition is more feasible form of overseas M&As. It has created advantageous conditions for enterprises in the real estate and Internet such as Wanda, Evergrande, Alibaba, Suning. Because these large-scale enterprises usually have more capital accumulation and relatively abundant liquidity.

On the contrary, sports enterprises with small or medium size cannot realize the aim "go out", owing to they don't have enough financial support. Long cycle and financing difficulties which these sports enterprises suffered are the main barriers of overseas M&As. It led to the situation that the opportunity was missed by sports enterprises again and again.

This situation will lead to three bad results:

First, as the author mentioned before the problem which the soft power of sports multinational enterprises is not strong enough was caused by the situation.

Second, the investment of non-sports enterprise is just capital operation for seizing market resources. This motive has little contributions to the acquirement of technological innovation, management experience, and even sport brand promotion.

Third, even if some large-scale enterprises of real estate said the real intention of overseas M&As is transformation, there are few successful cases which large-scale enterprises of real estate transform by the overseas M&As in sports areas. It is obvious that these problems will increase the risks of overseas investment in the sports industry.

Opportunity. The "Belt and Road" is the abbreviation of "Silk Road Economic Belt" and "21st Century Maritime Silk Road". It was proposed by Chinese President Xi Jinping in 2013. The Asia-Pacific economic circle in the east and the European economic circle in the west are connected by BRI. By the time of the second "Belt and Road" International Cooperation Summit Forum was held on April 25, 2019.

There are 126 countries and 29 international organizations along the "Belt and Road " have signed BRI cooperation agreement with China. From 2013 to 2018, the total trade volume of goods between China and the countries along the "Belt and Road" exceeded US\$6 trillion, and the direct investment of Chinese enterprises more than US\$90 billion in countries along the "Belt and Road".

Investment Opportunities of Sports Infrastructure: The interconnection of infrastructure is the core of BRI. In recent years, the advanced technology and experience of infrastructure construction of China has made great contributions to countries along the Belt and Road. "Stadium diplomacy" is a kind of assistance which is given by the China in different forms such as donation, low-interest loan, built with the host country or other modes of cooperation.

Up to now, we can see lots of stadiums which were funded by China in Africa, such as Gabon, Equatorial Guinea, Angola, Mozambique, Kenya and so on. Undoubtedly, the continuous

development of BRI will bring more opportunities for the overseas investment of China's sports infrastructure.

Opportunities for the development of sporting goods manufacturing industry: China has always enjoyed the reputation of "world factory" recent years. The implementation of BRI can effectively promote the cluster development of the transnational sporting goods industry and alleviate the pressure of overcapacity. At the same time, it can also achieve the sustainable development of China's sports industry by the coordinated development of upstream and downstream related industries is promoted by BRI.

The opportunities of sports tourism industry development: Sports tourism industry is a new form which based on the integration of the sports industry and the tourism industry.

Under the background of BRI, the related policy and increasingly convenient transportation will promote the development and exploitation of sports tourism resources. The multi-level, multi-field and multi-form exchanges and cooperation in sports tourism industry will be implemented.

The development opportunities for sports events and sports cultural exchange activities: Humanities exchange as a long-term and systematic project of BRI plays a guaranteed role for the implementation of other activities. Owing to the special features of "universal language", sports events and sports cultural exchange activities will become breakthrough and entry points, and they are preferred tools of public political and cultural exchanges.

Opportunities for the cooperation in the emerging field of "Internet + Sports": BRI brings opportunities for the breakthrough of the development in "Internet + Sports" area. Based on the BRI, the products and services "Internet + mass sports" will proliferate and develop rapidly. A new sports service model which included various sub-segments and cross-cutting fields, such as sports events, sports tourism, sports marketing will be created. "Smart sports ecosystem" can also be built.

In order to fully activate the vitality of overseas investment for Chinese private enterprises, the policies of "the Implementation Opinions on Encouraging and Guiding Private Enterprises to Actively Launch Overseas Investment" was proposed in 2012 and "the Overseas Investment Management Measures" was revised in 2014 were simplified the approval process of the overseas investment. These policies played a fundamental and promoted role for development of overseas investment.

In 2014, the policy of "Several Opinions on Accelerating the Development of Sports Industry to Promote Sports Consumption" was proposed by the State Council. The document proposed a development goal which China's sports industry totaling more than 5 trillion yuan by 2025 and a plan which the national sports development 13th five-year plan. At the same time, the "13th Five-Year Plan for the Development of Sports Industry" was also proposed by general administration of sport of China. Both have become important forces of Chinese sports overseas investment. In addition, other macroeconomic regulation plans and follow-up measures which were based on BRI have also formed the beneficial forces for the sports overseas M&As. For example, the process of advance the RMB liberalization has reduced financing costs; the signing of bilateral investment agreements (BITs) has guaranteed the safety of capital operations on abroad. In summary, all these factors have formed the advantage of overseas M&As of China's sports industry and given the enterprises great confidence.

From the global financial crisis to the European debt crisis, the world economy is still depressed. At the beginning of the new economic cycle, due to setbacks such as the sharp decline of economy, financing difficulties, overcapacity many enterprises and brands of developed countries have to seek vitality and way out by the way of M&As. Relevant research proves that the asset price of the host country may depreciate excessively during the economic crisis, and it will cause the "bottom-hunting" investment of foreign investors [15, p. 51-53]. On the contrary, the Chinese economy is relatively less affected by the global financial crisis. Through the continuous accumulation and development of economy, a stable environment of economy has been established in China. Chinese sports enterprises have also possessed the powerful ability of overseas M&As.

Threats. Owing to the influences of cognitive prejudice, ideology, economic system and the game between big countries, some Western countries have always had doubts about the Chinese investments. Sometimes, sports overseas M&As and other investments will be misunderstood as the government action which have great risks. Some host countries believe that Chinese sports overseas investments are just for obtaining local resources or export surplus products. As a great threat for their raw materials and commodity markets in some countries' view, Chinese sports enterprises are vulnerable to be suppressed by hostility of host countries. Even BRI has been interpreted as "the Chinese Marshall Plan" and even the "New Colonialism" by some countries with ulterior motives.

Under the influence of the above threats, the host government usually intervenes the normal overseas M&As by ways of restricts the entry of Chinese enterprises or the proportion of holdings.

Experts even pointed out that the war of the Sino-US trade is the most serious trade dispute after World War II. It foreshadows the rise of international trade protectionism.

Nowadays, under the guideline of "US priority" and "US first" which was advocated by Trump, the United States tries to limit China's development by the ways of protectionism, such as import tariffs, import quotas, anti-dumping and countervailing measures. In order to control the needs of their global economy and the overall industrial structure, interest groups represented by the United States will try to control and suppress the development of Chinese economy. This war will hinder the integration of the world, global industrial restructuring, effective allocation of global resources and overall efficiency of the world economy. It is obvious that the overseas M&As of China's sports industry will suffer great threats.

The host countries and industry associations represented by the United States probably will not transfer core technologies to Chinese sports enterprises. In this war, the US probably will not give China any chance for "curved overtaking". It is also impossible that China's sports industry gets the core and innovative technology from the US by the way of overseas M&As.

The overseas M&As of China's sports industry has to the fact that the large gap of the technical level and experience still exist between China and western multinational Sports enterprises.

The famous sports enterprises such as Nike and Adidas still have monopoly advantages which were formed by the competitiveness, such as technology, long-term experience in transnational operations, and even the brand's international reputation. The disadvantages such as technologies, price, market, products, standards are the great risk for the overseas M&As of China's sports industry.

Taking the sporting goods manufacturing industry as an example: There are 120 enterprises which come from Chinese was listed in the world's top 500 companies by "Fortune" which the well-known American business magazine. Nike and Adidas were listed. No Chinese sports enterprise was listed in [16].

Even in the domestic market, the situation of Chinese sporting goods companies is not optimistic. We can see the situation clearly that the foreign sports brands still have an absolute advantage in the domestic market from the statistics of the top 10 brands of China's sports shoes and apparel market in 2017.

From the table 2, we can find that the top 10 brands accounted for 69.1% of China's domestic sports shoes and the apparel market, while the foreign companies which were listed in top 10 accounted for as much as 47.8%. It should be noticed that NIKE, NEW BANLANCE, SKECHERS, CONVERSE, these enterprises are from the United States. From the data of domestic and foreign market, we can clearly see that Chinese sport enterprises are always facing enormous challenges which are brought by foreign companies.

The SWOT-analysis Matrix of China's Sports Industry Overseas M&As under the background of BRI (table 3).

Conclusions. The top-level design of BRI can effectively reduce the risks of geopolitics and geo-economics through different levels of multilateral cooperation and international cultural exchanges extensively. With the continuous expansion of the regional cooperation of BRI and the

increase of the two-way openness of the countries along the route, the overseas M&As of China's sports industry will surely usher in more chances and business opportunities.

With the continuous promotion of BRI, the level of regional infrastructure will be improved, and the network of transport of air, sea and land will be formed. At the same time, the construction of free trade zone networks including Asia, Europe and Africa have basically completed.

Table 2. Top 10 sports brands account for China's domestic sports shoes and apparel market share

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ADIDAS	12.9	9.7	9.5	10.7	13.3	15	14.8	15.3	16.3	19.8
NIKE	13.4	11.9	11.3	12.5	13.7	14	14.3	15.5	17	16.8
ANTA	5.8	7	8.2	9.1	8.8	7.6	7.5	7.8	7.9	8
LI NING	9	9.8	9.7	8.2	5.9	5.1	5.2	5.4	5.4	5.3
361										
DEGREES	3.7	5.4	6	6.3	5.7	4.2	4.1	4.2	4.2	4
XTEP	4.5	5.2	5.8	6.8	7	5.5	5.7	5.5	5.9	4
NEW										
BALANCE	0.9	0.9	0.9	0.9	1.6	2.6	3.6	3.9	4.1	3.4
SKECHERS	—	—	—	—	—	—	—	1.3	2.2	2.8
FILA	—	0.2	0.3	0.5	0.7	1.1	1.5	2	2.3	2.6
CONVERSE	1.6	1.8	1.7	2.1	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4
TOTAL	51.8	51.9	53.4	56.8	58.8	57.5	59.1	63.3	66.7	69.1

Source: [14]

The complete layout of BRI will advance the development of the overseas M&As of sports industry.

With the deep cooperation of the countries along the route, the "cake" can be made bigger gradually. BRI can also eliminate the investment and trade barriers of the sports industry effectively and help to create a healthy environment of market. There are two aspects to specific measures. On the one hand, it is important to enhance core competitiveness by the investment of technical resources. Therefore, China should enhance technology-oriented overseas M&As. On the other hand, the investment of the developing countries which along the route such as central Asia, the Middle East, Africa, Southeast Asia can foster China's sports industry market and ease the pressure of overcapacity.

The driving force for the survival and development of enterprises is innovation ultimately. The China's sports industry should cultivate innovative talents and enhance the training of scientific research teams. Only in this way, China's sports industry can improve the core competitiveness of the sports industry in the international market environment and occupy a place in the world of brand-building.

As an important engine to improve productivity and core competitiveness, "Internet+" is essential to the structural upgrading of the chain of sports industry. Recent years, the technological innovation which caused by the cross-border integration of "Internet + sports" will bring about fundamental changes in many sub-sectors such as sporting goods, sports services, and sports competition.

Therefore, these are significant to the development of China sports industry by the ways to accelerate the deep integration of sports industry and Internet technology such as big data, artificial intelligence, 5G. The digital transformation of "smart sports" can create high-tech sporting goods (fitness equipment, professional sports equipment, etc.) and emerging sports industry.

Table 3. SWOT - analysis Matrix of China's Sports Industry Overseas M&As in the Background of the Belt and Road Initiative

	Dominant factors	Disadvantage factors
External factors	<ol style="list-style-type: none"> 1 Basic advantages of China's sports industry 2 Advantages of China's sports industry cluster 3 Diversified characteristics of overseas M&As in sports industry 	<ol style="list-style-type: none"> 1 The insufficient international competitiveness of China's sports industry 2 The soft power of sports multinational enterprises is not strong enough 3 The lack of enough rationality of overseas M&As 4 The financial dilemma of overseas M&As which faced by sports enterprises.
Internal factors		
Opportunity factors	<ol style="list-style-type: none"> 1 Improve the top-level design of the Belt and Road Initiative and make full use of the advantage platform of BRI 2 Enhance the accuracy of overseas M&As policies for the sports industry 3 Strengthening the competitive advantage of the sports industry while make full use of the advantages of sports industrial clusters and comparative advantages 4 Expanding investment areas and fields which based on the global layout of the sports industry market 	WO strategy (grasping opportunities, making up for disadvantages)
Threat factors	<ol style="list-style-type: none"> 1 Opportunities which are brought by BRI will promote the development of China's sports industry in the global economic and trade field 2 Analysis of policy advantages of overseas mergers and acquisitions 3 Opportunities of for Chinese sports overseas M&As which brought by New economic cycle 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Improving the core competitiveness of the sports industry by technology-seeking overseas M&As 2 Improving the technical level of the industry chain, strengthen the development of emerging sports industries 3 Supporting overseas M&As of sports enterprises by the ways of financial support and standardize policy of overseas investment
	ST strategy (playing advantage, preventing threats)	WT (overcoming disadvantages and avoiding threats)
	<ol style="list-style-type: none"> 1 Improving the technology level of the upstream and downstream of the industrial chain by the way of increase the ability of independent research 2 Enhancing the cooperation and benefit sharing with the host country by the advantages of BRI platform 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Accelerate the transformation and upgrading of sports industry by strengthen the ability of independent research and core technologies 2 Avoiding political and economic risks as much as possible by the scientific plan of overseas M&As

REFERENCES

1. George J. Stigler, (1950). Monopoly and Oligopoly by Merger, *American Economic Review* 40 (5), pp. 23-34.
2. Liu Qing, Tao Pan and Hong Junjie, (2017). The Motivation for China's Overseas M&As: The Extensive Margin and the Intensive Margin, *Journal of economic Research*, 1, pp. 28-42.
3. Liang Shu and Wang Yimin, (2018). Research on the Upgrade of Global Value Chain of China's Sports Industry under the Background of "OBOR" Initiative, *Journal of sports and science*, 39(2), pp. 7-12.
4. José Mata and Pedro Portugal, (2000). Closure and Divestiture by Foreign Entrants: The Impact of Entry and Post-Entry Strategies, *Strategic Management Journal*, 21(5), pp. 549–562.
5. Buckley, P. J, N. Forsans and S. Munjal (2012). Host-home Country Linkages and Host-home Country Specific Advantages as Determinants of Foreign Acquisitions by Indian Firms, *International Business Review*, Vol. 21, pp. 878—890.
6. Xu Ling. (2015). A Study on Overseas Mergers of Chinese Sporting Goods Industry Based on the Theory of Marginal Industrial Expansion, *Journal of sports and science*, 32(3), pp. 54-63.
7. Zhang Jinjie, (2015). The main features, problems and trends of China's overseas mergers and acquisitions, *Transnational operation*, NO. 6, 2015, pp. 29-34.
8. Hu Zhiyong, (2016). Analysis of the Geo-risk and Challenge of "One Belt, One Road, *Western academic journal*, 2016 (6), pp. 5-8.
9. Huang Lianxiong, Qian Xinbei, Li Qing, (2018). Visits by Heads of State and the Overseas M&As of Chinese Enterprises in the Countries along the Belt and Road, *International Business-Journal of University of International Business and Economics*, 2018(6), pp. 47-60.
10. National Bureau of Statistics, National Department of Sport, (2017). National Sports Industry Total Scale and Value-added Data Announcement. Access mode: <http://www.zgxxb.com.cn/xwzx/201901110001.html>
11. Wu Yannian, Chen Zhuo, Li Jianjun, (2010). Evaluation of Brand Competitive Ability in Chinese Sporting Productions Listed Companies-Analysis Based on Financial Statement, *China Sport Science*, 30(1), pp. 30-35.
12. LI Junyan, CHENG Wenguang, (2015). Cases of Strategic Transformation Evolutionary Trajectory of Chinese Sports Goods Enterprises, *Journal of Shenyang Sport University*, 34(6), pp. 35-40.
13. Pan Sifeng, (2010). Study on Upgrading of Chinese Sports Goods Industrial Cluster in Global Value Chain, *journal of sports and science*.31(5), pp. 68-72.
14. Overseas investment or money laundering? Suning was directly named by CCTV! Hainan Airlines, Wanda, Fosun, and AB are on the list. Access mode: <https://www.jianshu.com/p/07bc865e308b>
15. Krugman.P, (2000). Firm-Sale FDI in Capital Flows and the Emerging Economies: Theory, Evidence and Controversies, Eds. by Edwards S: 2000, pp. 43-58.
16. The analysis of Global Sports Goods Market Share Ranking. Access mode: <http://sports.sohu.com/20180423/n535547703.shtml>

*Виктория Медведь, д.э.н., профессор
(профессор каф. экономики, Сумской национальный аграрный университет)*

*Юй Ци Цянь, аспирант
(Сумской национальный аграрный университет)*

ИССЛЕДОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ M&AS СПОРТИВНОЙ ОТРАСЛИ КИТАЯ В УСЛОВИЯХ ИНИЦИАТИВЫ «ОДИН ПОЯС-ОДИН ПУТЬ»

Инвестиционная инициатива Китая «Один пояс-Один путь» является важной стратегией национального экономического развития, которая открывает новое пространство, в том числе и в спортивной индустрии. Именно благодаря мировой экономической интеграции и политике устойчивого развития спортивная индустрия Китая имеет предпосылки использования стратегических ресурсов, финансовых преимуществ, ценных технологий и технических исследований. В результате слияния и поглощения многонациональные корпорации получили значительные ресурсные возможности в сфере спортивной индустрии. Также активизировалось международное сотрудничество, повысилась общая устойчивость спортивной индустрии Китая. Наибольшее развитие в Китае, в ближайшей перспективе будут иметь зимние спортивные виды спорта, а также массовые, как например, марафоны или велоспорт. Однако, определяя перспективы развития спортивной индустрии, значительные конкурентные преимущества, остается много вызовов, рисков и неопределенности (внешние факторы, геополитические риски, протекционизм, слияния и поглощения компаний). Таким образом, слияния и поглощения, позиционирование спортивной индустрии на национальном и мировом уровне должен определить векторы дальнейшего развития отрасли. В статье, с использованием методического инструментария эмпирической проверки данных и практического применения SWOT-анализа, сделана попытка определить преимущества, недостатки, возможности и угрозы развития спортивной индустрии с позиции инициативы «Один пояс – Один путь». Среди основных направлений развития спортивной индустрии Китая были определены: содействие слияниям и поглощениям в спортивной индустрии, увеличение внешних инвестиций в условиях глобализации, продвижение бизнес-инвестиционных предложений и конкурентоспособности спортивной индустрии Китая, укрепление технологической способности («Интернет+» и «5G») и проведения независимых исследований. Отдельного внимания требует исследование развития киберспорта, именно Китай называют «инициатором» бума такого современного вида спорта.

Ключевые слова: «Один пояс – Один путь», спортивная индустрия, международные слияния и поглощения, SWOT-анализ.

*Вікторія Медвідь, д.е.н., професор
(професор каф. економіки, Сумський національний аграрний університет)*

*Юй Ці Цянь, аспірант
(Сумський національний аграрний університет)*

ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ M&AS СПОРТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ КИТАЮ В УМОВАХ ІНІЦІАТИВИ «ОДИН ПОЯС-ОДИН ШЛЯХ»: SWOT-АНАЛІЗ

Інвестиційна ініціатива Китаю «Один пояс – Один шлях» є важливою стратегією національного економічного розвитку, яка відкриває новий простір, в тому числі і в спортивній індустрії. Саме завдяки світовій економічній інтеграції та політиці сталого розвитку спортивна індустрія Китаю має передумови використання стратегічних ресурсів, фінансових переваг, цінних технологій та технічних досліджень. В результаті злиття та поглинання багатонаціональні корпорації отримали значні ресурсні можливості в сфері спортивної індустрії. Також активізувалось міжнародне співробітництво, підвищилась загальна стійкість спортивної індустрії Китаю. Найбільший розвиток в Китаї, в найближчій перспективі матимуть зимові спортивні види спорту, а також масові, як, наприклад, марафони або велоспорт. Проте, визначаючи перспективи розвитку спортивної індустрії, значні конкурентні переваги, залишається багато викликів, ризиків та невизначеностей (зовнішні чинники, геополітичні ризики, протекціонізм, злиття та поглинання компаній). Таким чином, злиття та поглинання, позиціонування спортивної індустрії на національному та світовому рівні має визначити вектори подальшого розвитку галузі. В статті, із використання методичного інструментарію емпіричної перевірки даних та практичного застосування SWOT-аналізу, зроблено спробу визначити переваги, недоліки, можливості та загрози розвитку спортивної індустрії з позиції ініціативи «Один пояс – один шлях». Серед основних напрямів розвитку спортивної індустрії Китаю було визначено: сприяння злиттям та поглинанням в спортивній індустрії, збільшення зовнішніх інвестицій в умовах глобалізації, просування бізнес-інвестиційних пропозицій та конкурентоспроможності спортивної індустрії Китаю, зміцнення технологічної спроможності («Інтернет+» та «5G») та проведення незалежних досліджень. Особливої уваги потребує дослідження розвитку кіберспорту, саме Китай називають «ініціатором» буму такого сучасного виду спорту.

Ключові слова: «Один пояс – Один шлях», спортивна індустрія, міжнародні злиття та поглинання, SWOT-аналіз.

Іванна Стрілок, к.е.н.

(доцент каф. «Теоретична та прикладна економіка», Державний університет інфраструктури та технологій)

ORCID ID 0000-0002-4689-2839

ВІДКРИТІ ОСВІТНІ РЕСУРСИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

В статті досліджено гостру необхідність використання інформаційно-комунікаційних технологій для дистанційного навчання студентів економічних спеціальностей та покращення його якості. Відкриті освітні ресурси (англ. Open Educational Resources – OER) як ефективний інструмент віддаленого навчання може вирішити зростаючий попит на загальнодоступну, актуальну освіту на глобальному рівні. Поява OER трансформує ландшафт викладання та навчання на різних рівнях та способах. Світова підтримка OER стала реакцією на ключові взаємопов'язані проблеми освіти: її доступність та розвиток, якість освітніх ресурсів, успішність студентів, підвищення вартості навчання.

Приведені дозволи відкритих освітніх ресурсів за ліцензією Creative Commons надають можливість викладачам та науковцям створювати освітні ресурси: взяти OER вибірково з інших країн і включити або адаптувати їх у свої власні курси чи створити свої особисті цифрові ресурси для власного навчання, і зробити їх доступними для інших.

Доведено потребу та корисність інтеграції OER у викладання та навчання, вирішенні питань відкритості економічних досліджень та залучення більшої кількості студентів, а також потенційні переваги OER для університетів та зацікавлених установ.

Відкриті освітні ресурси можуть стратегічно підвищити якість навчальних програм у вищих навчальних закладах нашої країни, знизити витрати, пов'язані із розвитком освіти та вирішення проблеми сьогодення: гнучкого навчання та обміну знаннями викладачів, студентів економічних спеціальностей в контексті дистанційного навчання.

Ключові слова: дистанційне навчання, освіта, відкриті освітні ресурси OER.

Постановка проблеми. Перед національною системою вищої освіти сьогодення ставить все нові виклики, зокрема пов'язані із проблемою використання технологій для безперервної та дистанційної освіти, покращення якості навчання студентів-економістів відкритим та гнучким для них способом. Інформаційно-комунікаційні технології не тільки принесли переворот в систему освіти, але і змінили стратегію навчання серед молодих мас.

В більшості країн світу попит на дистанційне навчання зростає. Це пов'язано з багатьма причинами, зокрема, тими, що молоді студенти прагнуть більшої гнучкості, оперативності, або неможливістю фізичної присутності в аудиторії, а дорослі студенти регулярно повертаються до вищої освіти. Одночасно відкриті освітні ресурси (Open Educational Resources – OER) стають цінною альтернативою для покращення доступу до якісного навчального контенту, що випускається за відкритими ліцензіями престижних університетів у всьому світі.

© Стрілок І. І., 2020

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відкриті освітні ресурси (OER) як відповідь на освітні виклики на глобальному рівні отримали підтримку від міжурядових агенцій, таких як ЮНЕСКО та залучили значне фінансування від благодійних організацій, таких як Hewlett Foundation, Bliss and Smith [1].

Фонд Hewlett виділив понад 170 млн доларів США на відкриті освітні ресурси за останні 15 років. Зарубіжні дослідники, зокрема М. Берті [2], Дж. Грегсон, С. Хатціпаногос [3] розглядали ймовірні переваги OER з точки зору держави, установи, викладача та студента, і далі висувують деякі критичні проблеми використання OER, пов'язані з технічною, економічною, соціальною та правовою сферами. Багато провідних іноземних вищих навчальних закладів сприяють розвитку OER в глобальному масштабі щодо зростання кількості проектів і ресурсів для надання рівного доступу до знань для всіх студентів у всьому світі, а також для підвищення своєї академічної репутації, залучення талановитих студентів та викладачів, для покращення навчальних матеріалів та результатів досліджень шляхом відкритого обміну [4], [5]. З боку ЮНЕСКО були опубліковані вказівки щодо надання вищим навчальним закладам посилань на використання OER у навчанні та викладанні.

Мета статті полягає в обґрунтуванні доцільності використання відкритих освітніх ресурсів для забезпечення дистанційного навчання за економічними спеціальностями, поєднання високої якості і масовості вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дистанційне навчання – сукупність інформаційно-комунікаційних технологій, які в інтерактивному режимі постачають навчальний матеріал та забезпечують спілкування в інформаційному освітньому середовищі від тих, хто навчає, до тих, хто навчається (студентів чи слухачів). Застосовується під час підготовки як у середніх загальноосвітніх школах і ЗВО, так і в бізнес-школах.

Принципами дистанційного навчання є інтерактивна взаємодія у процесі роботи, надання студентам можливості самостійного освоєння досліджуваного матеріалу, а також консультаційний супровід у процесі дослідницької діяльності. Дає змогу навчатися на відстані, за допомогою диспутів експертів із кількох країн, за відсутності викладача. Основну роль у здійсненні дистанційного навчання відіграють сучасні інформаційні технології [6].

Дистанційне навчання для економічних спеціальностей сьогодні розглядається як один з ефективних інструментів щодо розширення доступу та надання гнучкості до постійного професійного розвитку та навчання протягом усього життя. Найкраще підходить для тих, хто має математичну здатність та сильні навички критичного та аналітичного мислення, здатності до вирішення проблем. Успіх у навчанні студентів є постійним завданням для навчальних закладів. Незалежно від того, чи просувати кар'єру в бізнесі, чи державній політиці, уряді, праві, навіть журналістиці чи освіті, економічні спеціальності будуть найбільш відповідними, у Гарварді їх називають «економічними концентраторами». Але важливим моментом в дистанційному навчанні є те, що знання повинні бути доступні. Поява відкритих освітніх ресурсів (OER) трансформує ландшафт викладання та навчання на різних рівнях та способах навчання.

Open Educational Resources (OER) – відкриті освітні ресурси, до яких є повністю відкритий доступ завдяки безкоштовній ліцензії або переведення їх у суспільне надбання та створення доступу до таких ресурсів за допомогою інформаційних та комунікаційних технологій. Це концепція, впроваджена завдяки прогресу у користуванні Інтернетом та новій технології, яка дозволила відкритим ресурсам знань бути доступним у більш легких режимах.

Ці ресурси включають в себе повні онлайн-курси, матеріали курсу, модулі, підручники, потокове відео, тести, інструменти оцінки та програмне забезпечення. Вони надають людям у всьому світі доступ до якісної освіти, а також можливість ділитися, користуватися та використовувати знання (рис. 1).



Рис. 1. 5R Можливості (дозволи) відкритих освітніх ресурсів

Джерело: складено за [7]

Починаючи з 2002 року, коли вперше з'явився термін OER і до сьогодні, все більше визнається міжнародною спільнотою як інноваційний інструмент для вирішення проблем надання можливостей навчання протягом усього життя учням різних рівнів і способів освіти у всьому світі [8].

Університети відіграють вирішальну роль та беруть безпосередню розширену участь у розвитку системи вищої освіти за допомогою інновацій та корисності інтеграції OER у викладанні та навчанні, вирішенні питань відкритості та залучення більшої кількості студентів (рис. 2).

Однією із найновіших форм дистанційного навчання, яка активно розвивається у світовій освіті є Масові відкриті онлайн-курси (англ. Massive open online course – MOOC) – це інтернет-курс з великомасштабною інтерактивною участю та відкритим доступом через Інтернет [9].

MOOC забезпечує доступний і гнучкий спосіб навчатися, просувати свою кар'єру і ділитися якісним освітнім досвідом. Мільйони людей у всьому світі використовують MOOC з ряду причин: розвиток кар'єри, зміна кар'єри, підготовка до вступу до вищих навчальних закладів, додаткове навчання, навчання впродовж життя, корпоративне навчання та перепідготовки та ін.

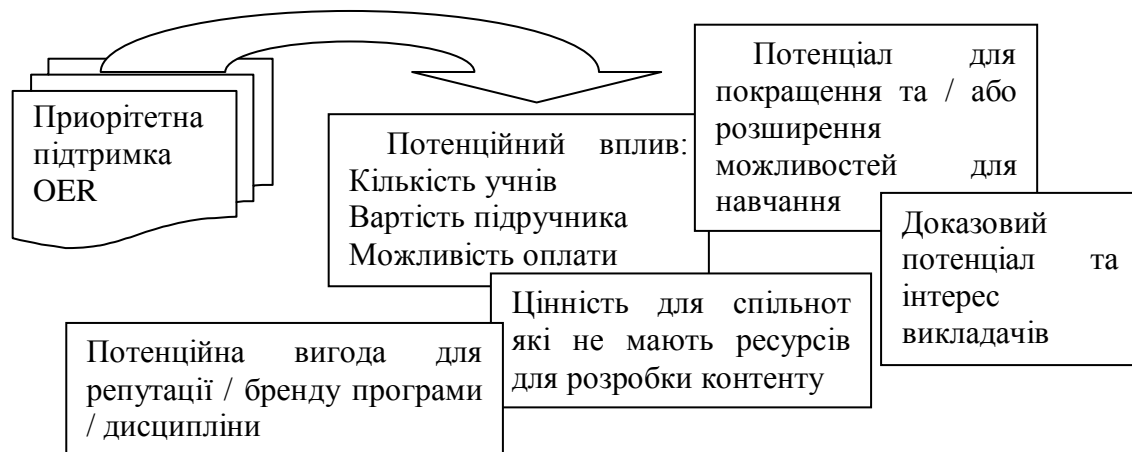


Рис. 2. Пріоритетна підтримка OER

Джерело: складено автором за [10]

Цей тип онлайн-курсів не відповідає принципам OER, оскільки їх матеріали не перебувають у суспільному надбанні і, як правило, захищені обмеженим авторським правом ліцензії. Ці обмеження про те, що сайт курсу містить авторські матеріали, тому використання матеріалів курсу вимагає дозволу копіювати, модифікувати, публікувати, передавати і поширювати.

В даний час в Інтернеті у вільному доступі понад 3000 курсів, які пропонують різні вищі навчальні заклади по всьому світу. Більше проектів OER розробляється в різних університетах Великобританії, США, Австралії, Бразилії, Канади, Індії, Угорщини, Ірану, Ірландії, Португалії, Росії, Нідерландів, Південної Африки, Іспанії, В'єтнаму і т.д.

Найпопулярніші відкриті освітні ресурси в світі: MIT OpenCourseWare – проект Массачусетського технологічного інституту з відкритим доступом матеріалів всіх курсів інституту; OpenLearn – освітня платформа Відкритого університету у Великій Британії; Free High School Science Texts, Університет Кейптауна, ПАР; проект Connexions – Університет Райса, Техас, США. Проекти Center for Open and Sustainable Learning (COSL) Державного університету Юта, США. Проекти The Institute for the Study of Knowledge Management in Education (ISKME), Каліфорнія, США; Проекти Wikimedia Foundation.

Масштаби використання OER для студентів економічних напрямів навчання у світі є досить великими. До прикладу, більше 120 безплатних англomовних курсів, з різною кількістю годин для навчання та рівнем складності, розміщено на освітній платформі OpenLearn Відкритого університету (The Open University) у Великобританії, серед яких курси: «Організація та її середовище» (розглядає взаємовідносини між бізнесом та соціальним, екологічним середовищем, які часто називають терміном «Корпоративна соціальна відповідальність», необхідність організацій визнавати вплив цих середовищ та вплив організації на зовнішнє середовище). Курс «Підприємництво – від ідей до реальності» (використовуючи тематичні дослідження, цей курс проведе студентів через рішення, які потрібно буде прийняти при запуску бізнесу: від генерації самих ідей створення свого бізнесу до його розвитку; побудову бізнес-моделі, варіанти фінансування, види бізнесу та вплив місця розташування, оцінка власних навичок, цінностей та ставлення до ризику. Курс орієнтований на практичні поради досвідчених підприємців, де знайти додаткову підтримку та як далі розвивати власні можливості). Курс «Маркетинг в 21 столітті» (управлінський погляд на те, як забезпечити більш ефективний маркетинг в організації, незалежно від того,

базується вона у приватному, державному чи некомерційному секторі. Курс реалізується за допомогою різних методів навчання, включаючи тематичні дослідження, відеоролики, заходи та групові дискусії) [11].

Більше 70 економічних курсів від Массачусетського технологічного інституту (Massachusetts Institute of Technology) зосереджено в проекті MIT OpenCourseWare, серед останніх завантажених – «Економіка праці I». Курс має на меті ознайомити студентів з традиційними темами економіки: зайнятість, заробітна плата, імміграція, безробіття і стимулювати розвиток незалежних науково-дослідних інтересів. Особливий акцент робиться на взаємодії теоретичного та емпіричного моделювання [12].

Бібліотека Університету Конкордія (Concordia University Libraries) в Канаді пропонує декілька економічних курсів, наприклад, «Економіка і фінанси» – навчання проходить починаючи від пояснення основних економічних понять, такі як дефіцит, альтернативні витрати, попит та пропозиція до вивчення аргументів втручання уряду в конкурентний ринок, ефективність державної політики (субсидії, податки, кількісний контроль товарів і послуг, розподіл ресурсів) та закінчуючи обговоренням поточних подій у світі та їхнє відношення до економіки [13].

В Україні відкриті освітні ресурси реалізуються через платформу Prometheus (масові відкриті онлайн-курси університетського рівня), платформу Moodle (система, що надає можливість викладачам створювати електронні навчальні курси) та інституційними репозитаріями (електронним архівом) українських університетів.

Наприклад, на платформі Prometheus постійно доступний курс «СМС Система менеджменту ситуацій», де студенти економічних спеціальностей можуть примножити корисний економічний досвід в напрямі менеджменту. В структурі курсу передбачені відео лекції, обговорення на форумах: про методи розробки рішень, важливість припущень у прийнятті рішень, метод вирішення дилем, про можливості спеціалізованого програмного забезпечення для підтримки прийняття рішень.

Сформувані економічний образ мислення для молодих студентів-економістів допоможе програма курсу «Економіка для усіх», де зосереджені відповіді на суспільно актуальні питання: про цінності формування економіки, види економічних моделей, рух грошей, формування бюджету, валютного курсу, інфляційні процеси, відповідальність та вплив органів економічного управління, професії та економіка майбутнього, можливості економічного зростання країни, та ін.[14].

Освіта, сьогодні, вже не залишається тільки прерогативою інститутів, і більше не може залишатися під єдиним контролем лише викладачів. Роль дистанційної освіти різко змінюється як в мікро, так і в макро контексті. Майже щодня додаються новітні технології, а отже, і стратегії для навчання також оновлюються в навчальних закладах, серед яких: створити можливість для відкриття доступу до високоякісних оцифрованих навчальних матеріалів для нарощування економічного потенціалу на всіх рівнях. Як результат, все більше університетів та зацікавлених установ вбачають потребу в OER (рис. 3). Такі моделі відкритих освітніх ресурсів розбивають так звані бар'єри для інформації (щодо проведення економічних досліджень, доступ до платних наукових економічних журналів, книг), для програмного забезпечення (відкриті платформи), юридичні обмеження (ліцензії на інформацію авторів науковців), геополітичні перепони (внесення до глобальних відкритих сховищ та каталогів).

ІНШІ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

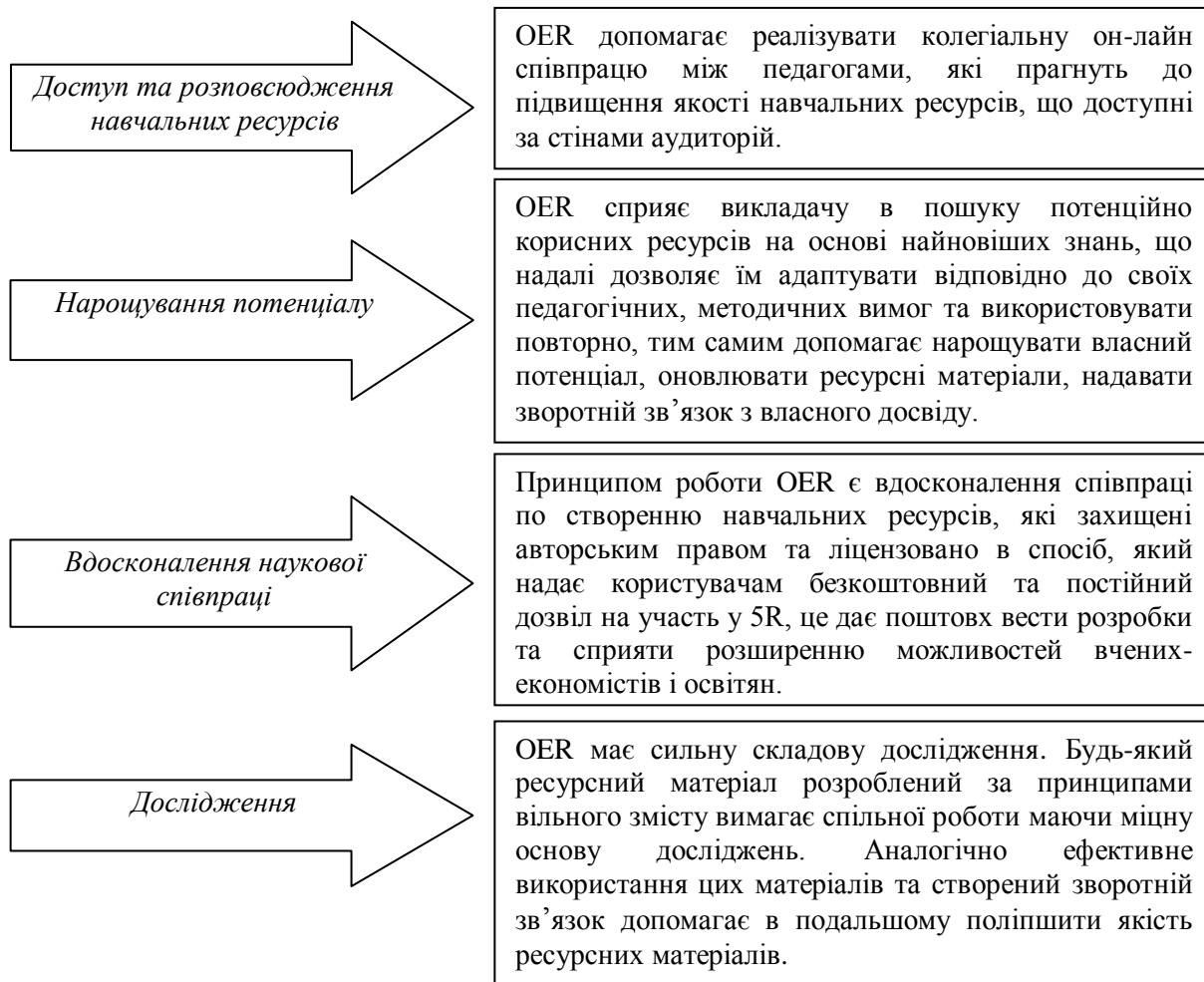


Рис. 3. Потенційні переваги OER

Джерело: складено за [15]

З появою онлайн-освіти, програми дистанційного навчання все частіше стають визнаватися вищими навчальними закладами, урядом та роботодавцями як законні. У таких країнах, як Канада, США та Великобританія в дипломах чи в інших сертифікатах не вказують чи їх було здобуто через дистанційну освіту. У більшості розвинених країн дистанційне навчання стало важливою і невід'ємною частиною цифрової трансформації вищої освіти. Адже цифровими стали більшість освітніх функцій, включаючи: наукові дослідження (збирання, зберігання, аналіз даних про дослідження, публікація статей), управління (просування освітніх послуг, зарахування, реєстрація студента), бібліотеки (інтернет-журнали, книги) та спілкування між студентами, викладачами, науковцями. Цифрова трансформація освіти найсильніша в Південній Кореї, США, Канаді, Австралії та Великобританії.

Навіть, незважаючи на те, що OER набирає популярності у спільнотах по всьому світу і тим більше серед розвинених країн, то в країнах, що розвиваються, як застосувати OER на практиці в справжньому розумінні ще не з'явилася. У контексті навчання, зокрема дистанційного, потенціал ЗВО обмежується виключно для навчальних занять.

Висновки та пропозиції. Таким чином, поінформованість про OER та MOOC та їх потенційну ефективність для підтримки викладання та навчання економіки потрібно постійно впроваджувати для викладачів, репетиторів, студентів та суспільства для сприяння навчанню протягом усього життя. Політика уряду та вищих навчальних закладів повинна бути чітко продемонстрована щодо їх ефективного запровадження, та підтримувати при постійному оцінюванні та вдосконаленні, щоб OER та MOOC приносили користь навчанню студентів. Адже, в провідних економіках світу не праця і капітал є критичними факторами економічного росту, а технології і знання. Маючи достатню кількість робочої сили та капітал не маємо доступу до знань та досвіду створення технологічної інфраструктури, необхідної для конкуренції у світовій економіці знань. Тому, менеджерам, економістам, фінансистам, як ключовим фахівцям нової фармації, сьогодні, найбільш потрібні відкриті освітні ресурси як потужний спосіб формування майбутніх професійних економічних компетентностей (розв'язувати практичні економічні проблеми та спеціалізовані задачі) на зростаючі вимоги вітчизняної парадигми вищої освіти та світової економіки.

OER як вертикально, так і горизонтально будується на ефективній світовій мережі професіоналів, що може стратегічно підвищити якість навчальних програм у вищих навчальних закладах, особливо в країнах, що розвиваються, з метою вирівнювання результатів навчання міжнародних академічних програм, зниження витрат, пов'язаних із розвитком освіти та вирішення проблеми сьогодення: гнучкого навчання та обміну знаннями в контексті дистанційного навчання для економічних спеціальностей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Bliss T. Open: The philosophy and practices that are revolutionizing education and science / T. Bliss, M. Smith. – London: Ubiquity Press, 2017. – 27 с.
2. Berti M. Open educational resources in higher education / M. Berti. // Issues and Trends in Educational Technology. – 2018. – pp. 4–15.
3. Hatzipanagos S. The role of open access and open educational resources: a distance learning perspective / S. Hatzipanagos, J. Gregson. // The Electronic Journal of e-Learning. – 2015. – С. pp. 97–105.
4. A guide for gender equality in teacher education: Policy and practices. – Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2015. – 111 с. – (UNESCO).
5. Guidelines for open educational resources (OER) in higher education – Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2015. – 27 с. – (UNESCO).
6. Оковита Т.О. Система дистанційного навчання MOODLE. URL: https://informatika.udpu.edu.ua/?page_id=1325. (дата звернення: 30.01.2020).
7. Principles and Examples of OER. URL: https://oer.gmu.edu/?page_id=934(дата звернення: 30.01.2020).
8. Open educational resources (OER). URL: <https://en.unesco.org/themes/building-knowledge-societies/oer> (дата звернення: 30.01.2020).
9. Forum on the Impact of Open Courseware for Higher Education in Developing Countries. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000128515?posInSet=1&queryId=02cb403a-dd4a-4a35-a466-f4fc383fd4c1> (дата звернення: 30.01.2020).
10. Open educational resources (OER). URL: <https://edinnovation.wisc.edu/open-educational-resources/> (дата звернення: 30.01.2020).
11. Open learn. Free courses. URL: <https://www.open.edu/openlearn/free-courses/full-catalogue> (дата звернення: 30.01.2020).
12. Labor economics I. URL: <https://ocw.mit.edu/courses/economics/14-661-labor-economics-i-fall-2017/> (дата звернення: 30.01.2020).
13. Open educational resources Economics. URL: <https://libguides.cu-portland.edu/OER/economics> (дата звернення: 30.01.2020).
14. Економіка для усіх. URL: https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/103/2015_T1/about (дата звернення: 30.01.2020).
15. Jena S. OER for Distance Learning: Means to Knowledge Empowerment For Developing Nations. URL: https://wikieducator.org/images/9/90/PID_188.pdf (дата звернення: 30.01.2020).

REFERENCES

1. Bliss T. J., Smith M. (2017), "Open: The philosophy and practices that are revolutionizing education and science". London: Ubiquity Press, Great Britain
2. Berti M. (2018), "Open educational resources in higher education". *Issues and Trends in Educational Technology*, vol. 6 no. 1, pp. 4-15.
3. Hatzipanagos, S. and Gregson, J. (2015), "The role of open access and open educational resources: a distance learning perspective". *The Electronic Journal of e-Learning*, vol. 13 no. 2, pp. 97-105.
4. UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), (2015). "A guide for gender equality in teacher education: Policy and practices". Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, France.
5. UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2015), "Guidelines for Open Educational Resources (OER) in Higher Education". Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, France.
6. Okovyta T.O. "Distance learning system MOODLE", available at: https://informatika.udpu.edu.ua/?page_id=1325 (Accessed 30 January 2020).
7. George Mason University, "Principles and Examples of OER", available at: https://oer.gmu.edu/?page_id=934 (Accessed: 30 January 2020).
8. Open educational resources (OER), available at: <https://en.unesco.org/themes/building-knowledge-societies/oer> (Accessed: 30 January 2020).
9. Forum on the Impact of Open Courseware for Higher Education in Developing Countries, available at: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000128515?posInSet=1&queryId=02cb403a-dd4a-4a35-a466-f4fc383fd4c1> (Accessed: 30 January 2020).
10. Open educational resources (OER), available at: <https://edinnovation.wisc.edu/open-educational-resources/> (Accessed: 30 January 2020).
11. Open learn. Free courses, available at: <https://www.open.edu/openlearn/free-courses/full-catalogue> (Accessed: 30 January 2020).
12. Massachusetts Institute of Technology, Labor economics I, available at: <https://ocw.mit.edu/courses/economics/14-661-labor-economics-i-fall-2017/> (Accessed: 30 January 2020).
13. Open educational resources Economics, available at: <https://libguides.cu-portland.edu/OER/economics> (Accessed: 30 January 2020).
14. Economy for all, available at: https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/103/2015_T1/about (Accessed: 30 January 2020).
15. Jena S. "OER for Distance Learning: Means to Knowledge Empowerment For Developing Nations", available at: https://wikieducator.org/images/9/90/PID_188.pdf (Accessed: 30 January 2020).

Иванна Стрелок, к.э.н.

(доц. каф. «Теоретическая и прикладная экономика», Государственный университет инфраструктуры и технологий)

ОТКРЫТЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

В статье исследовано острую необходимость использования информационно-коммуникационных технологий для дистанционного обучения студентов экономических специальностей и улучшения его качества. Открытые образовательные ресурсы (англ. Open Educational Resources – OER) как эффективный инструмент удаленного обучения может решить растущий спрос на общедоступное, актуальное образование на глобальном уровне.

Появление OER трансформирует ландшафт преподавания и обучения на различных уровнях и способах. Мировая поддержка OER стала реакцией на ключевые взаимосвязаны проблемы: его доступность и развитие, качество образовательных ресурсов, успеваемость студентов, повышение стоимости обучения.

Приведены разрешения открытых образовательных ресурсов по лицензии Creative Commons, которые предоставляют возможность преподавателям и ученым создавать образовательные ресурсы: взять OER выборочно из других стран и включить или адаптировать их в свои

собственные курсы или создать свои личные цифровые ресурсы для собственного обучения, и сделать их доступными для других.

Доказано потребность и полезность интеграции OER в преподавании и обучении, решении вопросов открытости и привлечения большего количества студентов, а также потенциальные преимущества OER для университетов и заинтересованных учреждений.

Открытые образовательные ресурсы могут стратегически повысить качество учебных программ в высших учебных заведениях нашей страны, снизить расходы, связанные с развитием образования и решения проблемы современности: гибкого обучения и обмена знаниями студентов экономических специальностей в контексте дистанционного обучения.

Ключевые слова: дистанционное обучение, образование, открытые образовательные ресурсы OER.

Ivanna Stilok, Candidate of Economics

(Associate professor of the department "Theoretical and Applied Economics", State University of Infrastructure and Technology)

OPEN EDUCATIONAL RESOURCES AS AN EFFECTIVE DISTANCE LEARNING TOOL

The article explores the urgent need to use information and communication technologies for distance learning of students of economic specialties and to improve its quality. Open Educational Resources (OER) as an effective tool for distance learning can solve the growing demand for accessible, relevant education at the global level. These programs are best for those who have mathematical and strong critical and analytical thinking skills and problem-solving skills.

The advent of OER is transforming the landscape of teaching and learning at various levels and ways. Worldwide support for OER has become a reaction to key interrelated issues: its accessibility and development, the quality of educational resources, student performance, and the increase in the cost of training.

The permissions of open educational resources are licensed under a Creative Commons, which provide the opportunity for teachers and scientists to create educational resources: take OER selectively from other countries and include or adapt them to their own courses or create their own digital resources for their own learning and make them available for others.

The most popular foreign and domestic open educational resources are listed. Many leading foreign higher education institutions are contributing to the development of OER on a global scale, seeing as enhancing their academic reputation, attracting talented students and faculty, for improving educational materials and research results through open exchange.

The need and usefulness of integrating OER in teaching and learning, addressing openness and engaging more students has been proven. As well as the potential benefits of OER for universities and institutions concerned with enhancing intellectual capacity, facilitating peer-to-peer collaboration of educators, improving collaboration on educational resources, and enhancing research components.

Open educational resources can strategically improve the quality of curricula in higher educational institutions of our country, reduce the costs associated with the development of education and solve the problem of the present: flexible learning and knowledge sharing in the context of distance learning.

Keywords: distance learning, education, open educational resources OER.

Владислав Черній

(аспірант, Державний університет інфраструктури та технологій)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

У статті розглядається сутність маркетингової інформаційної системи на підприємстві, для прийняття ефективних рішень, пов'язаних з ефективним управлінням маркетингової діяльності.

Визначено значимість маркетингової інформаційної системи, її ключові характеристики та елементи.

Встановлено, що в управлінні маркетинговою діяльністю головне місце посідає маркетингова інформація, своєчасність обробки якої надає додаткові переваги для компанії на конкуруючому ринку. Ефективна консолідація інформації базується на основі трьох ключових елементів: внутрішніх документів компанії, маркетингових досліджень, та системи підтримки прийняття рішень. У сукупності вони підвищують розуміння реального стану компанії на ринку як у поточному стані, так і в розрізі довгострокового планування.

Проведено аналіз системи маркетингової інформації, розглянуто специфіку трьох її ключових елементів, та приведено приклад ключових характеристик, які повинні бути їй притаманні.

Представлено класифікацію маркетингових інформаційних систем за їх величиною та функціоналом. Відображено приблизні необхідні фінансові інвестиції на їх закупівлю та час, необхідний на інтеграцію відповідного рішення для компанії.

Розглянуто ключові переваги та недоліки маркетингових інформаційних систем, їх можливий вплив на прийняття управлінських рішень та на можливі перспективи в оптимізації маркетингової діяльності підприємства.

Визначено, що впровадження такої інформаційної системи неможливе без значних фінансових інвестицій в ІТ інфраструктуру компанії. Попри це, в довгостроковій перспективі це дозволить збільшити можливість розуміння та прогнозованість маркетингової діяльності як в рамках продукту/сервісу, так і на ринку в цілому.

Ключові слова: маркетингова інформаційна система, управлінські рішення, маркетинг, менеджмент.

Постановка проблеми: В існуючому конкурентному світі кожна компанія має шукати шляхи підвищення ефективності своєї діяльності, особливо в розрізі швидкого прийняття маркетингових та управлінських рішень. Для збільшення швидкості реагування на виклики ринку та утримання ринкових позицій, виникає необхідність функціонування налагодженої консолідованої системи збору, обробки, аналізу інформації та прийняття відповідних рішень.

Створення структурного підходу до консолідації інформації, як внутрішньої, так і зовнішньої, надасть підприємствам можливість бути готовими до викликів та можливостей, які їм пропонує ринок.

© Черній В.О., 2020 р.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В працях вітчизняних та закордонних вчених недостатньо висвітлено проблему формування маркетингової інформаційної системи на підприємствах. Головні аспекти маркетингу висвітлені в працях російських та зарубіжних вчених, таких, як Баззел Р.Д. [1], Кокс Д.Ф. [1], Браун Р.В [1]., Аренов І.А. [2], Ваніфатова М.М. [3], Ярі М. Талвінен [4], Ойнер О.К. [5] тощо. В результаті проведеного аналізу публікацій встановлено відсутність єдиного консолідованого підходу до відображення системи маркетингової інформації та її складових в діяльності підприємства.

Мета статті. Висвітлення необхідності підходу до ефективної консолідації маркетингової інформації, а саме: використання маркетингової інформаційної системи, та впровадження єдиного підходу до збору, аналізу та прийняття рішень як на стратегічному, так і тактичному рівнях в діяльності компанії.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному світі питання обробки і аналізу інформації стає все більш актуальним для підприємств, особливо при веденні маркетингової діяльності. Питання збору, аналізу інформації, а також підтримки в прийнятті, є актуальним в більшості ситуацій, які виникають у маркетологів. Один з підходів до стандартизації та консолідації цього процесу може виступати Маркетингова інформаційна система (МІС) [6]. Суть цієї системи базується на концепції управління, а саме: на принципі задоволення потреб замовника у своєчасній і точній інформації, необхідній для прийняття маркетингових рішень. Мета цієї системи полягає в організації та проведенні комплексу заходів, направлених на збір, обробку, аналіз, інтерпретацію та зберігання аналітичних даних. При цьому надання самої інформації працівнику компанії за запитом відбувається на регулярній основі. На підставі цієї інформації працівники можуть приймати рішення щодо питань ціноутворення, діяльності на ринку, просування, дистрибуції товарів тощо.

Маркетингова діяльність (операція) працює з умовами/ситуаціями, які відбуваються як всередині компанії, так і за її межами. Відповідно до цього існує декілька основних джерел (внутрішні документи, маркетингова аналітика, маркетингові дослідження), за допомогою яких можна отримати відповідну інформацію про компанію та про ринок в цілому. При цьому слід відзначити, що існує також четвертий тип «маркетингова розвідка». Проте в сучасних умовах, тією чи іншою мірою, функціонал цього джерела інформації повторюється в «маркетингових дослідженнях». Тому в окремих випадках є доцільним не дублювати функціонал, а об'єднати його в один.

1. Внутрішні документи – це документи, що складаються з даних про перевезення /постачання, бази даних клієнтів, бази даних про продажі і продукти, фінансових даних, операційних даних і тощо.

Приклади відповідних документів:

рахунки-фактури;

поточні дані про продажі, звіти, рівень запасів.

Що стосується зберігання інформації, то ключовими для компанії будуть такі бази даних:

база даних клієнтів, (телефони, ім'я тощо);

база даних продукту (інформація про ціну продукту, його характеристики, варіанти / комплектація);

база даних продавців, в якій зберігається повна інформація про продавця, його ім'я, адреса, номер телефону, цілі продажу і т.п.

2. Маркетингові дослідження: надають дані про те, що відбувається на ринку, тобто інформацію, пов'язану з зовнішнім (маркетинговим) середовищем. Сюди включається інформація про зміну ринкових тенденцій, попиту, конкурентів, зміни смаків і уподобань споживача, нових продуктів і т. п.

Позитивний результат маркетингових досліджень напряду залежить від збору даних як первинних, отриманих безпосередньо від виконавців та споживачів, так і вторинних, отриманих із загальнодоступних джерел.

Для отримання належного результату компанії необхідно вдосконалити збір даних як первинної, а саме: з перших рук, так і вторинної, або ж загальнодоступної.

Усі дослідження повинні базуватися на ретельному проведенні аналітичних даних з боку дослідників компанії. Слід зазначити, що самі дані повинні бути ретельно перевірені та протестовані на релевантність.

Одним з головних чинників успішних маркетингових досліджень є мотиваційна складова. Саме вмотивовані працівники проявляють ініціативу, наполегливість та активно використовують новітні технології у пошуку необхідної інформації, більш ефективно відслідковують тенденції на ринку і проводять моніторинг за вподобаннями покупця.

Крім цього, з метою поліпшення маркетингових досліджень, компанії можуть вживати таких заходів:

мотивування дилерів, дистриб'юторів, роздрібних продавців, тобто тих, хто безпосередньо знаходяться на фактичному ринку;

покращити систему маркетингової аналітики шляхом аналізу продукції конкурента, відвідування профільних виставок, аналізу промо-компаній інших організацій, фінансових звітів тощо. Тобто, отримувати більше інформації по конкурентах;

використовувати дані державних органів: демографічні та економічні тенденції, виробництво і т.п.;

купувати відповідну інформацію у дослідницьких компаній, які проводять дослідження по всіх гравцях ринку;

опитувати клієнтів як онлайн, так і в офлайн-варіанті.

3. Система підтримки прийняття маркетингових рішень – це система, яка забезпечує кінцевим споживачам легкий і зручний доступ до даних та моделей з метою прийняття рішень у тих чи інших ситуаціях. Вона може об'єднувати у собі кілька програм, функція яких спрямована на аналіз даних, зібраних на конкретний момент часу, та на прийняття найкращих маркетингових рішень. Але слід зазначити, що сама по собі система не надає рішення, а швидше генерує та об'єднує релевантну інформацію, на основі якої відповідальна особа вже буде приймати рішення.

Виходячи з вищевикладеного, перевірка маркетологами як внутрішньої (компанія), так і зовнішньої (ринку) ситуації має бути одним з ключовим елементом їх діяльності. В результаті ретельного аналізу маркетингові процеси, як то: планування, просування, розробка стратегії виходу на ринок тощо, будуть розроблені з урахування реальної ситуації, що в свою чергу збільшить ефективність маркетингової діяльності. На рис. 1 зображено три ключові елементи маркетингової інформаційної системи.

Якщо характеризувати ключові характеристики, які повинні бути притаманні МІС, то можна виокремити такі [7]:

1. Комплексність ІТ системи: у маркетинговій інформаційній системі вся інформація збирається, аналізується і передається в рамках ІТ інфраструктури підприємства.

2. Вибіркова та точна інформація: швидкий і точний доступ у будь-який час.

3. Доступність: інформація може бути легко проглянута і використана.

4. Планування та фокус на майбутнє: розробка стратегій та планування майбутньої маркетингової діяльності.

5. Підтримка прийнятих рішень: здійснення менеджерами з маркетингу аналітичного супроводу, постійний контроль та виконання прийнятих рішень.

В табл. 1 подана класифікація інтегрованих систем підтримки маркетингової інформації.

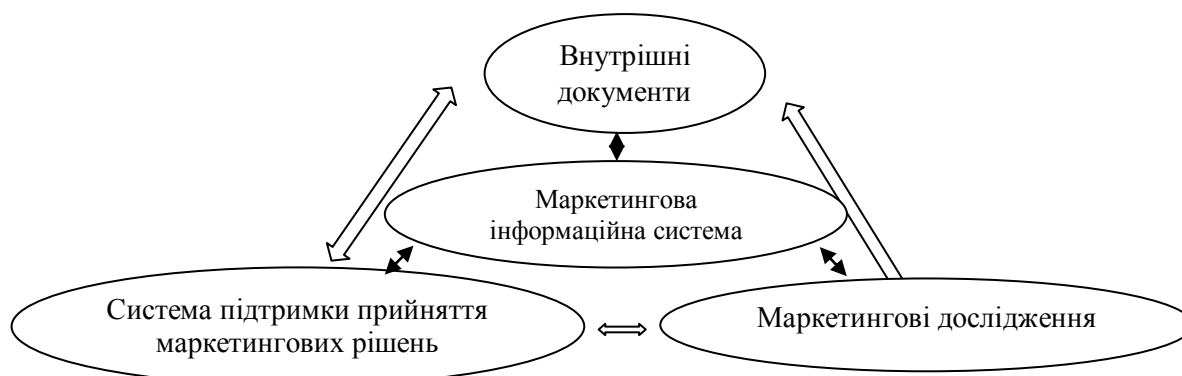


Рис. 1. Ключові елементи інформаційної системи

Джерело: складено на основі [7]

Таблиця 1. Класифікація інтегрованих систем підтримки маркетингової інформації

Розміри, параметри	Локальні функціональні системи	Малі інтегровані системи	Середні інтегровані системи	Великі інтегровані системи
Назва системи	Marketing Analytic, Expert Choice, Супер-менеджер	Concord XAL, Exact, Парус, Галактика, Еталон +, Expert Office	JD Edwards, MFG-Pro, SyteLine	Sap R/3, Baan, BPCS, Oracle
Виконувані функції	Маркетингові системи по напрямкам	Комплексне управління по функціям	Комплексне управління	Комплексне управління
Вартість, тис. дол.	5 - 50	50 - 150	150 - 300	Понад 300
Строки впровадження	До 4-х місяців	Більше 4-х місяців	Більше 6 - 9 місяців	Більше 9 - 12 місяців

Джерело: [5]

При розгляді ключових переваг МІС можна виділити такі:

1. Можливість дозволити великим і децентралізованим підрозділам використовувати інформацію, яка розгалужена по багатьох джерелах;
2. Можливість більш комплексно використовувати концепції маркетингу;
3. Можливість забезпечувати вибірковий пошук інформації;
4. Можливість дозволити більш глибоко використовувати матеріали, які зазвичай збираються багатьма фірмами в ході їх комерційної діяльності, наприклад: продажі по конкретних видах продуктів, по клієнтах, по регіонах тощо;
5. Можливість краще контролювати маркетингову діяльність фірми.

Якщо виокремлювати недоліки, то серед них можна виділити такі:

1. Необхідність значної кількості фінансових ресурсів;

2. Процес інтеграції деяких видів систем може зайняти досить багато часу. Тому важливим моментом буде пошук найбільш релевантної системи для того чи іншого підприємства;

3. Складність системи на початкових етапах її функціонування (для працівників компанії). Що може відтермінувати повноцінний ефект від її інтеграції через необхідність додаткового часу на ознайомлення з нею та налагодження під особливості тих чи інших завдань, що в свою чергу може призвести до додаткових фінансових витрат.

Висновки та пропозиції. Сучасний ринок висуває принципово нові вимоги для компаній, зокрема до швидкості прийняття рішень.

Інформаційні маркетингові системи, а саме: комплексний інтегрований підхід до всебічного збору, аналізу та консолідації інформації, забезпечить можливість максимально швидко та ефективно приймати управлінські рішення. Комплексний підхід до аналізу усіх трьох складових, а саме: внутрішніх документів, маркетингових досліджень, підтримці в прийнятті рішень, дозволить підвищити ефективність результатів діяльності компанії. Реалізація цього підходу, в першу чергу, вимагає суттєвого оновлення ІТ систем компанії, які можуть в короткостроковій перспективі збільшити витрати, але в довгостроковій перспективі дозволять забезпечити компанії необхідну гнучкість на ринку, яка буде сприяти швидкій адаптації на ринку конкурентів та збільшенню власного прибутку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баззел Р.Д., Кокс Д.Ф., Браун Р.В. Информация и риск в маркетинге. М.: Финстатинформ. 1993. С. 7.
2. Аренов И.А. Теория и методология маркетинговых решений на принципах бенчмаркинга / Под ред. акад. Г.Л. Багиева - СПб.: СПбГУЭФ. 1998. С. 102.
3. Ванифатова М.М. Системы маркетинговой информации: современные мировые тенденции развития и особенности российского рынка. Маркетинг в России и за рубежом. 2002. № 1. С. 59.
4. Ярі М. Талвінен Інформаційні системи в маркетингу: виявлення можливостей для нових застосувань. European Journal of Marketing, Вип. 29, № 1, 1995, ст. 10.
5. Ойнер О.К., Попов Е.В. Виртуальный маркетинг и его применение на отечественных предприятиях. Маркетинг в России и за рубежом. 2002. №5.
6. Маркетингові інформаційні системи, Business jargons (електронний ресурс): URL:<https://businessjargons.com/marketing-information-system.html> (дата звернення: 22.04.2020)
7. Маркетингові інформаційні системи, визначення та поняття, mbaskool.com, (електронне ресурс): URL <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/7442-marketing-information-system.html> (дата звернення: 22.04.2022)

REFERENCES

1. Bazzel, R.D. Koks, D.F. Braun, R.V. (1993), Informatsiia i ryzyk v marketynhu [Information and risk in marketing], Finstainform, Russian, Moscow
2. Arenkov, Y.A. (1998), Teoriya y metodolohiya marketynhovykh reshenyj na pryntsypakh benchmarkynha, [Theory and methodology of marketing solutions based on benchmarking principles], SPB, Russian, Saint Petersburg
3. Vanyfatova, M.M. (2002), Systemy marketynhovoї informatsii: suchasni svitovi tendentsii rozvytku ta osoblyvosti rosijs'koho rynku, [Marketing information systems: current world trends and features of the Russian market], Marketynh v Rossyy y za rubezhom, Russian, Moscow
4. Yari M. Talvinen, (1995) Informatsijni systemy v marketynhu: Vyiavlennia mozhlyvosti dlia novykh zastosovan, [Information systems in marketing: Identifying opportunities for new applications] , Vol 29, p. 10.
5. Ojner O.K., Popov, E.V. (2002), Virtual'nyj marketynh i joho zastosuvannia na vitchyznianskykh pidpriemstvakh, [Virtual marketing and its application in domestic enterprises], Marketynh v Rossyy y za rubezhom, Russian, Moscow
6. Business jargons, "Marketing information systems", available at: <https://businessjargons.com/marketing-information-system.html> (Accessed 22 april 2020)
7. Mbaskool, "Marketing Information System (MIS)", available at: <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/7442-marketing-information-system.html> (Accessed 22 april 2020)

Владислав Черний

(аспирант, Государственный университет инфраструктуры и технологий)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

В статье рассматривается сущность маркетинговой информационной системы на предприятии, для принятия эффективных решений, связанных с эффективным управлением маркетинговой деятельности.

Определены значимость маркетинговой информационной системы ее ключевые характеристики и элементы.

Установлено, что в управлении маркетинговой деятельностью главное место занимает маркетинговая информация, своевременность обработки которой предоставляет дополнительные преимущества для компании на конкурирующем рынке. Эффективная консолидация информации базируется на основе трех ключевых элементов: внутренних документов компании, маркетинговых исследований, и системы поддержки принятия решений. В совокупности они повышают понимание реального положения компании на рынке как в текущем состоянии, так и в разрезе долгосрочного планирования.

Проведен анализ системы маркетинговой информации, рассмотрена специфика трех ее ключевых элементов, и приведен пример ключевых характеристик, которые должны быть ей присущи.

Представлена классификация маркетинговых информационных систем по их размеру и функционалу. Отражены приблизительные необходимые финансовые инвестиции на их закупку, и время необходимое на интеграцию соответствующего решения для компании.

Рассмотрены ключевые преимущества и недостатки маркетинговых информационных систем, их возможное влияние на принятие управленческих решений и возможные перспективы в оптимизации маркетинговой деятельности предприятия.

Определено, что внедрение такой информационной системы невозможно без значительных финансовых инвестиций в ИТ инфраструктуру компании. Несмотря на это, в долгосрочной перспективе это позволит увеличить возможность понимания и прогнозируемость маркетинговой деятельности, как в рамках продукта / сервиса так и на рынке в целом.

Ключевые слова: маркетинговая информационная система, управленческие решения, маркетинг, менеджмент.

Vladyslav Chernii

(Postgraduate student, the State University of Infrastructure and Technologies)

THEORETICAL BASIS AND THE ESSENCE OF MARKETING INFORMATION SYSTEMS

The paper is devoted to the essence of marketing information system at the enterprise, for making effective decisions related to effective management of marketing activities.

The essence of marketing information system is defined its key characteristics and elements.

It is established that the main place in marketing activity management is occupied by marketing information, the timeliness of processing which provides additional benefits for the company in a competitive market. Effective consolidation is based on three key elements - internal company documents, market research, and decision support system. Together they increase the understanding of the real position of the company in the market, both in its current state and in terms of long-term planning.

The analysis of the system of marketing information is carried out, the specifics of its three key elements are considered, and examples of key characteristics that should be inherent in it are given.

The key advantages and disadvantages of marketing information systems, their possible impact on management decision-making and possible prospects for the optimization of marketing activities of the company are considered.

The classification of marketing information systems by their size and functionality is presented. The approximate financial investments required for their purchase are reflected and the time required to integrate the appropriate solution for the company.

It is determined that implementation of such information system is impossible without significant financial investments into the IT infrastructure of the company. Despite this, in the long term, it will increase the understanding and predictability of marketing activities both within the product / service, and the market as a whole. This, in turn, will increase the stability of the enterprise in a competitive environment.

In addition to this, one of the key factors in implementing such a system will be time, because apart from the integration process, the company should also take into account the time for adapting the staff to the new system and further adjusting it, which in turn may delay the time to get the full effect of its use.

Keywords: marketing information system, decisions management, marketing, management.

Владислава Шевчук, к.е.н., доц.

(доцент каф. «Теоретична та прикладна економіка», Державний університет інфраструктури та технологій)

ORCID ID 0000-0001-7121-598X

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ В КЛАСТЕРІ

Взаємодії всередині кластера різноманітні, складні, а іноді і суперечливі. Взаємодії підприємств та інших організацій в кластері забезпечують синергетичний ефект, на якому заснована конкурентоспроможність як окремих елементів (фірм-учасників і їх продукції), так і кластера в цілому.

Стаття присвячена дослідженню теоретичних підходів до визначення економічного змісту кластерної взаємодії підприємств. Виділено особливості, що відрізняють кластерну взаємодію від класичних форм господарської взаємодії. Розглянуто погляди науковців щодо основних форм взаємодії суб'єктів в кластері. Визначено, що серед авторів відсутній єдиний підхід до класифікації форм кластерної взаємодії підприємств та інших організацій.

Встановлено, що основну групу учасників кластера утворюють підприємницькі структури, які постійно взаємодіють зі своїми партнерами, споживачами, постачальниками, конкурентами, органами управління та місцевої влади, освітніми установами та іншими організаціями, що входять в зовнішнє підприємницьке середовище. Виходячи з цього, під кластерною взаємодією підприємницьких структур в кластері слід розуміти сукупність ділових контактів, які вони встановлюють з іншими учасниками кластеру і відтворюють в процесі своєї підприємницької діяльності. Зміст кластерної взаємодії обумовлено діловими інтересами різних учасників, які можуть бути взаємними і протилежними, тобто поєднувати різні форми співпраці і конкурентної протидії. Узагальнено різні підходи до класифікації різноманітних форм співробітництва між суб'єктами кластера, згруповано основні форми взаємодії за певними ознаками.

Ключові слова: кластерна взаємодія, форми взаємодії суб'єктів у кластері, класифікація форм кластерної взаємодії.

Постановка проблеми. Найрізноманітніші форми взаємодій відіграють ключову роль у зародженні і розвитку кластера. Саме можливість спільного використання багатьма фірмами будь-якого одного або декількох об'єднуючих факторів виробництва часто стає основою зародження кластерів [1].

Вивчаючи погляди різних дослідників на утворення ряду переваг від участі в кластері для фірми, можна зробити висновок, що якість і кількість подібних екстерналій в тому чи іншому кластері безпосередньо визначається різноманітністю і ефективністю взаємин його учасників.

Саме взаємодії забезпечують синергетичний ефект, на якому заснована конкурентоспроможність як окремих елементів (фірм-учасників і їх продукції), так і кластера в цілому. При цьому взаємодії всередині кластера різноманітні, складні, а іноді і суперечливі.

© Шевчук В.О., 2020

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Достатньо праць як зарубіжних, так і українських вчених присвячено вивченню теоретичних та практичних аспектів розвитку взаємодій між підприємствами (організаціями) в різних секторах економіки. Це праці О. Амоші, П. Друкера, О. Карпенко, Р. Коуза, А. Пилипенка, С. Соколенка, Л. Федулової, Й. Шумпетера та інших. Різноманітність форм співробітництва між учасниками кластера досліджувалась такими науковцями, як Н. Алтухова, М. Войнаренко, Л. Калініченко, А. Яковлева-Чернишова.

Аналіз існуючих поглядів і теорій вказує на відсутність єдиного підходу щодо класифікації форм кластерної взаємодії підприємств та інших організацій. Це формує потребу у розвитку теоретико-методологічного фундаменту до систематизації існуючих класифікацій форм кластерної взаємодії.

Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретичних підходів до визначення економічного змісту кластерної взаємодії підприємств в процесі її розвитку та дослідженні класифікації форм кластерної взаємодії.

Виклад основного матеріалу дослідження. В економічній літературі, яка досліджує теорію взаємодій, відсутнє однозначне визначення процесу взаємних зв'язків підприємств та інших організацій в межах кластера, але відомо, що підставою таких взаємодій є наявність взаємозв'язків у вигляді спільних проектів взаємодіючих одиниць.

На думку А. Воронова, кластер від формального об'єднання підприємств відрізняється поєднанням вертикальної інтеграції в ланцюжку формування доданої вартості з горизонтальною інтеграцією інфраструктурного забезпечення учасників кластеру послугами та спеціалізованими ресурсами [2, С. 37-43]. Кластерна взаємодія відрізняється від взаємодії підприємств кооперативного виду відсутністю зв'язків, які базуються на перехресній участі підприємств в капіталі один одного, майнових зв'язків, а також відсутністю контролю зі сторони головних компаній за діяльністю інших (на відміну від холдингів, трестів, концернів), що дозволяє гнучко реагувати на зміни ринкового середовища.

Передумовами виникнення кластерної взаємодії є:

- орієнтація на діяльність в громадських інтересах або в інтересах учасників кластеру;
- функціонування в спільному місцевому або регіональному середовищі;
- особисті ділові контакти.

Європейський аналітик Т. Фідлер розглядає взаємодію підприємств в умовах кластера як «впорядкований постійний вплив, що забезпечує довготривалу передачу потоку ресурсів між організаціями для досягнення цілей, а у випадку їх самостійної реалізації – потребують залучення значно більших ресурсів і можливостей, причому самостійна реалізація поставлених цілей не завжди може бути досяжною» [3, С. 410-411].

Б. Качмарек розглядає взаємодію підприємств-учасників кластера у двох аспектах: в загальному («внести свій вклад в щось», «працювати з кимось») і в організаційно-економічному – різного роду відносини між окремими суб'єктами чи соціальними групами, які прагнуть одночасно до реалізації спільної мети або забезпечують взаємне досягнення розбіжних цілей [4, С. 29].

Організаційно-економічна взаємодія підприємств у кластері, на думку Г. Ягоди, призводить до більш швидкого темпу їх розвитку [5, С. 199]. Вона пов'язана з включенням підприємств до різного типу не випадкових зв'язків, які відрізняються від звичайних ринкових відносин. Створення конкурентної переваги, яка базується на основі взаємодії виникає з наявних спільних рис та взаємодоповнення цілей і завдань учасників кластерної взаємодії.

Як економічна категорія кластерна взаємодія є проявом використання комунікаційного потенціалу учасників кластеру і трактується як набір певних функцій, при здійсненні яких учасники кластеру взаємодіють у внутрішньому і зовнішньому середовищі з метою

підвищення як власної конкурентоспроможності, так і партнерів у кластері, створюючи позитивний синергетичний ефект для соціально-економічного розвитку.

На думку Д. Я. Гощинської, ключовою ознакою функціонування кластеру є система формальних і неформальних взаємодій між підприємствами, які конкурують і співпрацюють між собою одночасно у спеціалізованих сферах діяльності та територіально пов'язані тісними інформаційно-комунікаційними зв'язками [6, С. 31]. Таким чином, взаємодії в кластері, які є основним фактором успіху, вимагають уваги як важливий об'єкт управлінського впливу в процесах ініціації створення і розвитку кластерів.

Основну групу учасників кластера утворюють підприємницькі структури, які постійно взаємодіють зі своїми партнерами, споживачами, постачальниками, конкурентами, органами управління та місцевої влади, освітніми установами та іншими організаціями, що входять в зовнішнє підприємницьке середовище. Виходячи з цього, під кластерною взаємодією підприємницьких структур в кластері варто розуміти сукупність ділових контактів, які вони встановлюють з іншими учасниками кластера і відтворюють в процесі своєї підприємницької діяльності.

Зміст кластерної взаємодії обумовлено діловими інтересами різних його учасників, які можуть бути взаємними і протилежними, тобто поєднувати різні форми співпраці і конкурентної протидії.

Кластерна взаємодія, на відміну від класичних форм господарської взаємодії, характеризується такими особливостями [6, С. 34]:

- наявністю одного або декількох великих підприємств, які об'єднують навколо себе малі і середні підприємства у довготермінову господарську, інноваційну та іншу стратегію усієї системи;

- мінімізацію трансакційних витрат завдяки територіальній близькості більшості суб'єктів-учасників кластера;

- стійкістю внутрішньо- та зовнішньокластерних комунікаційних зв'язків між підприємствами-учасниками кластера;

- довгостроковою координацією взаємодії учасників кластера в рамках спеціалізованої виробничої діяльності, впровадження і дифузії інновацій, розробки інтегрованих систем управління, контролю якості;

- орієнтованістю продукції кластерів на експорт або імпортозаміщення.

Основні умови та положення щодо ефективної взаємодії в кластері визначив М. П. Войнаренко, який досліджував і розвинув теорію кластерної взаємодії. Суть даної концепції полягає у реалізації п'яти необхідних умов – «5 І» для того, щоб кластер функціонував як життєздатна, самодостатня, успішна та ефективна організаційна структура:

- «ініціатива» – наявність спільної ідеї;

- «інтерес» – спільні комерційні та соціальні вигоди;

- «інформація» – поширений обмін відкритою інформацією, знаннями;

- «інтеграція» – використання переваг організаційного ресурсу кластера;

- «інновація» – повинна відповідати стратегії інноваційного розвитку підприємств та регіону [7, С. 346-347].

Як зазначає Л. Л. Калініченко, кластерна взаємодія підприємств з іншими учасниками кластера, в тому числі і з освітніми установами є системою взаємовідносин між учасниками кластера, що реалізується за допомогою різних форм з урахуванням ролі конкретного суб'єкта в економічному процесі. До найбільш поширених форм забезпечення взаємодії учасників в кластері науковець відносить такі: економічну, логістичну, правову, організаційну, інформаційну взаємодію [8] (рис. 1).



Рис. 1. **Форми взаємодії підприємств в кластері за Л. Л. Калініченко**

Джерело: складено автором на основі [8]

За трактуванням науковця, характерною рисою кластерної взаємодії є активна неформальна взаємодія між співробітниками конкуруючих підприємств в усіх напрямках підприємницької діяльності і на всіх рівнях управління, яка сприяє постійному обміну інформацією, обміну знань, взаємному збагаченню накопиченим досвідом, активізації інноваційних процесів, пов'язаних з удосконаленням технології послуг, управлінських технологій тощо [8].

На нашу думку, найбільш повною є класифікація форм взаємодії підприємств у кластері, наведена А. Ю. Яковлевою-Чернишевою. Науковець у своїх дослідженнях вказує, що форми співпраці між взаємодіючими підприємницькими структурами в кластері можна класифікувати за низкою таких ознак [9]:

1. Галузева приналежність учасників: внутрішньогалузева і міжгалузева взаємодія.
2. Види співробітництва: формальна взаємодія на договірній основі, кооперація, інтеграція.
3. Напрями взаємодії: вертикальна, горизонтальна, змішана.
4. Масштаб учасників: великі, середні та малі організації.

5. Щільність взаємозв'язків: самостійні і родинні підприємницькі структури.

6. Стійкість взаємозв'язків: стабільна і нестійка взаємодія.

7. Функціональні сфери взаємодії: технологічний процес надання послуг, маркетинг, фінанси, управління та ін.

8. Типи взаємодії: технологічна, фінансово-економічна, юридична, організаційна (адміністративна).

9. Кількість учасників і взаємозв'язків між ними: двосторонні або множинні зв'язки між учасниками.

10. Моделі взаємодії: франчайзинг, аутсорсинг, стратегічний альянс.

11. Суб'єкти взаємодії: постачальник-покупець; кредитор-позичальник; засновник-заснована структура.

Насамперед, форми кластерних взаємодій між підприємницькими структурами в кластері можуть бути проаналізовані з точки зору галузевої приналежності учасників. Цей критерій дозволяє розділити форми взаємодії на міжгалузеві і внутрішньогалузеві. У межах однієї галузі або міжгалузевої взаємодії в кластері можна виділити такі види співпраці:

✓ формальна взаємодія між учасниками на договірній основі;

✓ кооперація, що включає тимчасові угоди про об'єднання фінансових, трудових ресурсів з метою реалізації будь-якого проекту (наприклад, створення навчальних центрів підвищення кваліфікації кадрів на базі організацій), домовленості про узгоджені маркетингової політики на ринку послуг та ін.;

✓ інтеграція, пов'язана з об'єднанням підприємницької діяльності учасників.

За ознакою напрямів взаємодії можна виділити вертикальні, горизонтальні і змішані форми співпраці.

Основною ознакою вертикальних форм співпраці в кластері є тісні технологічні або постачальницько-збутові зв'язки між учасниками. За допомогою вертикальних форм співпраці учасники кластера прагнуть знизити витрати, пов'язані з наданням послуг, трансакційні витрати, підвищити якість обслуговування споживачів.

Основною ознакою горизонтального співробітництва є економічна рівноправність учасників кластера, які, як правило, належать до однієї галузі, юридично самостійні, близькі за масштабами діяльності і підтримують один одного. Це досить гнучка модель, що впливає на результати підприємницької діяльності і систему управління організацій, які входять до неї. Учасники на взаємовигідних умовах координують свої дії, залучають нових партнерів і конкурують між собою. Варіантами горизонтального виду співпраці є укладання договорів про спільну діяльність, створення некомерційних об'єднань підприємницьких структур.

За масштабом учасники кластерної взаємодії в кластері поділяються на великі, середні та малі організації. Основу кластера складають, в основному, великі і середні організації, навколо яких вибудовуються допоміжні підприємницькі структури і організації-контрагенти, в тому числі значна кількість малих підприємств.

Характеризуючи стійкість взаємозв'язків між підприємницькими структурами, варто зазначити, що найбільш нестабільну форму взаємодії являють собою горизонтальні форми співпраці. Найчастіше вони засновані на об'єднанні капіталів, ключових компетенцій та інших можливостей підприємницьких структур для реалізації будь-якого проекту. Організовані таким чином форми співпраці мають тенденцію до розпаду в міру досягнення єдиної мети взаємодіючих організацій.

Класифікація форм взаємозв'язку між підприємницькими структурами в кластері залежно від функціональних сфер і типів взаємодії передбачає виділення таких видів зв'язків: технологічні, організаційні, фінансово-економічні, юридичні, соціально-психологічні та ін.

Технологічні зв'язки, як правило, характеризуються взаємодією організацій з допоміжними підприємницькими структурами, що забезпечують здійснення тих чи інших стадій технологічного процесу.

Організаційні зв'язки обумовлені особливостями взаємодії підприємницьких структур з підрозділами в організаційній структурі організацій.

Економічні зв'язки визначаються рухом фінансових ресурсів і економічною взаємозалежністю між підприємницькими структурами, заснованою на умовах укладених договорів.

Юридичні зв'язки забезпечуються відповідними документами, що підтверджують наміри учасників кластера про ведення спільної діяльності, договірними відносинами, які їх пов'язують, тощо.

Соціально-психологічні зв'язки пояснюються наявністю неформальних контактів між керівництвом, співробітниками взаємодіючих підприємницьких структур.

Класифікація форм взаємодії за кількістю учасників і взаємозв'язків між ними означає, що учасники кластера можуть взаємодіяти з однією підприємницькою структурою з наявністю простих двосторонніх зв'язків або перебувати в складній системі взаємозв'язків з безліччю організацій різної величини.

За моделлю взаємодії підприємницьких структур в кластері виділяють такі форми, як франчайзинг, аутсорсинг і стратегічний альянс. За умов існування франчайзингу велика організація, яка володіє брендом, надає ліцензію на здійснення підприємницької діяльності під її маркою структурам, що функціонують в кластері. Франчайзинг об'єднує в собі переваги великих міжнародних організацій (економія на управлінських витратах, рекламі, витратах на впровадження нових технологій і видів послуг, навчанні персоналу) і локального підприємництва (наявність локальних контактів, знання місцевої специфіки).

Нині все більшого поширення набуває така модель взаємодії в кластері, як аутсорсинг (від англ. «outsourcing» означає «використання чужого ресурсу») – виконання робіт або надання послуг «під ключ», передача однією компанією на підставі договору певних бізнес-процесів або непрофільних функцій на обслуговування іншій компанії (аутсорсеру). Договори аутсорсингу, як правило, є основою довгострокового співробітництва, орієнтованого на створення і підтримання партнерських відносин, заснованих не тільки на юридичному оформленні наявних домовленостей, а й на зв'язках неформального характеру між основними і допоміжними організаціями [10].

Серед найбільш прогресивних форм кластерної взаємодії, перспективних для розвитку кластера, варто виділити стратегічні альянси, які є ключовим фактором стратегії забезпечення конкурентних переваг учасниками кластерної взаємодії. Як правило, стратегічні альянси є взаємодією двох або більше конкуруючих підприємницьких структур, які об'єднують свої ресурси і компетенції з метою реалізації інноваційного або інвестиційного проекту. Така форма співпраці побудована на контрактних взаємовідносинах між існуючими або потенційними конкурентами, які укладаються з метою реалізації конкретних стратегічних цілей. В рамках таких альянсів підприємницькі структури зберігають відносини суперництва, поряд із співпрацею, адже учасники зберігають незалежність.

Можна виділити такі фактори, що сприяють формуванню стратегічних альянсів в кластері:

– доступ до нових сегментів попиту, нових ринків збуту (зниження трансакційних витрат, пов'язаних з отриманням необхідної інформації про нові ринки збуту, веденням рекламної кампанії, можливість більш швидкого, ніж за межами стратегічного альянсу, проникнення на більш вигідних умовах тощо);

– доступ до необхідних для розвитку ресурсів і підвищення ефективності їх використання (підвищення ефективності діяльності підприємницької структури за рахунок залучення партнерів з метою впровадження нової технології обслуговування, модернізації матеріально-технічної бази та ін.);

– нарощування інтелектуального потенціалу персоналу, отримання знань, необхідних для збереження і зміцнення позицій в конкурентній боротьбі (наприклад, на основі укладення довгострокових договорів з установами освіти, що дозволяє, з одного боку, проводити підвищення кваліфікації та поповнення кадрового складу, а з іншого боку, підвищувати якість навчання фахівців за рахунок стажування на базі підприємницьких структур).

На основі функціонального підходу управління бізнес процесами в кластері розрізняють такі бізнес-моделі: франчайзинг, аутсорсинг, аутстафінг, модель продуктової компанії. Бачимо, до такої класифікації взаємодій включені ще аутстафінг і продуктова компанія, але не враховані стратегічні альянси.

Термін «аутстафінг» (від англ. «outstaffing» означає «позаштатний») законодавчо не визначено, проте на практиці він означає, що компанія-виконавець надає своїх кваліфікованих співробітників у тимчасове користування компанії-замовнику для виконання певної роботи (надання послуг). Інакше кажучи, це переведення частини працівників зі штату однієї компанії (аутстафера) в штат іншої організації. У такому випадку працівники працевлаштовані в одній, як правило в закордонній компанії (аутстафера), але фактично працюють в іншій (українській) компанії, де вони мають свої робочі місця і посадові інструкції [10].

Бізнес-модель продуктової компанії використовують ті підприємства, які добре знають потреби ринку і спроможні задовольнити їх своїм кінцевим продуктом.

Форми кластерної взаємодії, як зазначає А. Ю. Яковлева-Чернышева, визначаються також суб'єктами, які беруть участь в ньому. Найбільш поширеними формами є відносини між постачальниками і покупцями, кредиторами і позичальниками, конкуруючими організаціями, засновниками та заснованими підприємницькими структурами [9].

За ступенем формалізації виділяють формальні і неформальні взаємодії. Зокрема, найчастіше вказується, що саме активна неформальна взаємодія є характерною рисою кластерної взаємодії, адже вона сприяє обміну знань і інформації між співробітниками конкуруючих підприємств на всіх рівнях управління, збагаченню накопиченим досвідом тощо.

Узагальнивши різні підходи до класифікації різноманітних форм співробітництва між суб'єктами кластера, ми згрупували основні форми взаємодії за певними ознаками (рис. 2).

Залежно від виду кластера можуть бути різні види взаємодії між його учасниками. Наприклад, в транспортно-логістичному кластері між транспортними підприємствами та освітніми установами взаємодія можлива у вигляді таких форм: фінансово-економічне, організаційне, інформаційно-комунікаційне забезпечення; кооперація в сфері надання освітніх послуг; аутсорсинг; формальна та неформальна взаємодія [11].

Висновки та пропозиції. Таким чином, у взаємодії учасників кластера присутні одночасно взаємність і протилежність їх ділових інтересів і, як наслідок, поєднання конкурентної протидії з різними формами співпраці. Взаємодії в кластері, будучи основним фактором успіху, вимагають подальшої уваги та вивчення як важливий об'єкт управлінського впливу в процесах ініціації створення і розвитку кластерів.

Різнманітність підходів науковців до визначення форм кластерної взаємодії свідчить про постійні зміни у взаємовідносинах в кластері. Тому виникає необхідність у розвитку теоретико-методологічних підходів до систематизації існуючих класифікацій форм кластерної взаємодії.

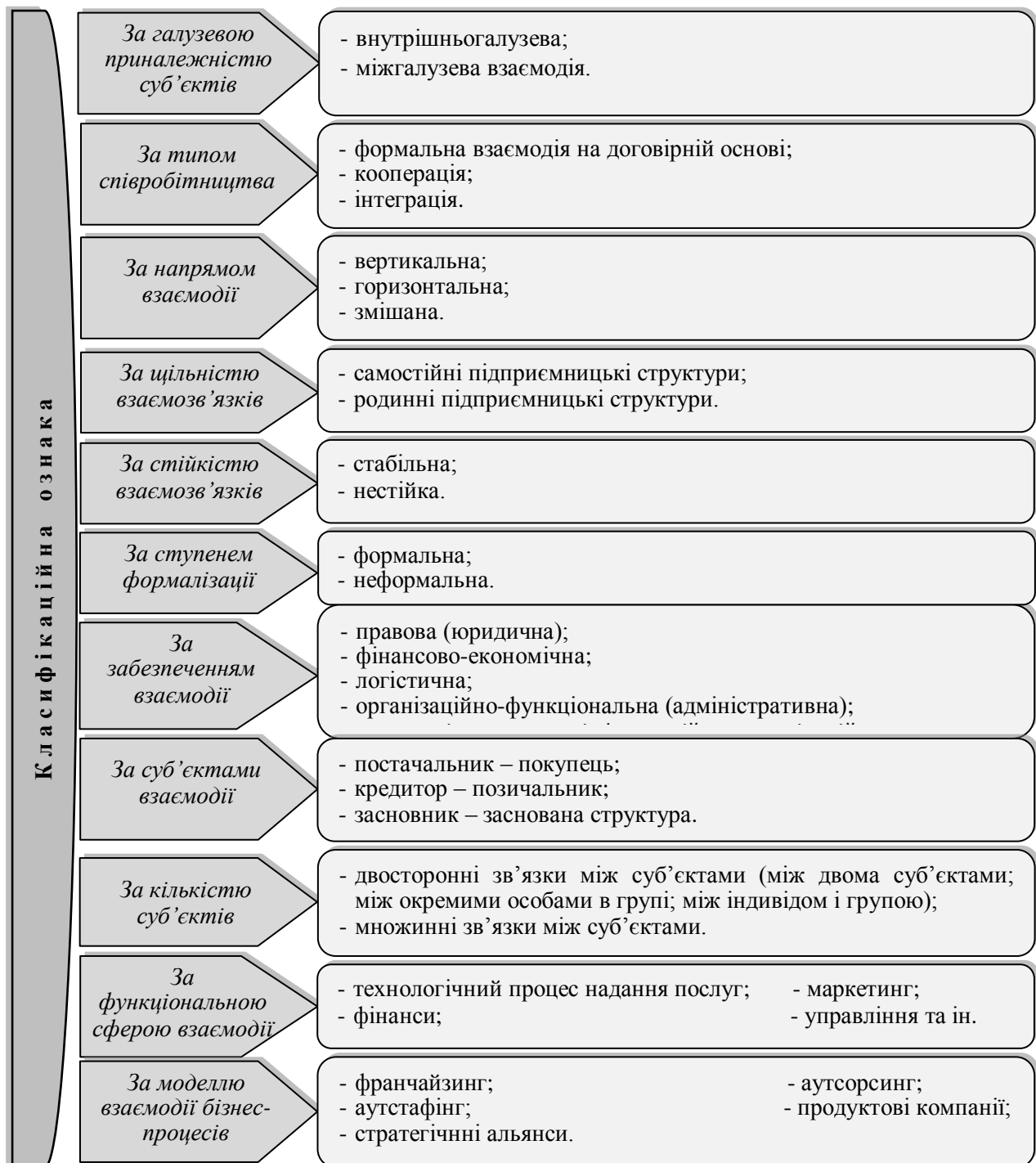


Рис. 2. Класифікація форм взаємодії підприємств в кластері

Джерело: складено і узагальнено автором на основі [6; 7; 8; 9; 10]

ЛІТЕРАТУРА

1. Кетова Н.П. Территориально-отраслевые кластеры и партнерские сети: новые возможности «вписывания» российских регионов в глобальное рыночное пространство. *Южно-российский форум*. 2011. № 1 (2). С. 12-24.
2. Воронов А. Кластеры – новая форма самоорганизации промышленности в условиях конкуренции. *Маркетинг*. 2002. № 5. С. 37-43.
3. Fiedler Terese, Deegan Craig. Motivations for environmental collaboration within the building and construction industry. *Managerial Auditing Journal*. 2007. Vol. 22. pp. 410-441.
4. Kaczmarek B. Współdziałanie przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 2000. s. 29.
5. Jagoda H., Jaremczuk K. Formy współdziałania małych przedsiębiorstw. Uwarunkowania przedsiębiorczości – aspekty ekonomiczne i antropologiczno-społeczne, Państwowa Wyższa Szkoła, Tarnobrzeg, 2006. s. 199.
6. Гошинська Д.Я. Інформаційно-комунікаційне забезпечення кластерної взаємодії підприємств: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. Тернопіль, 2016. 231 с.
7. Кластери в економіці України: колективна монографія / За наук. ред. М.П. Войнаренка. Хмельницький: ХНУ, ФОП Мельник А.А., 2014. 1170 с.
8. Калініченко Л.Л. Аспект взаємодії суб'єктів промислового кластеру. *Розвиток методів управління і господарювання на транспорті*. 2011. Вип. 34. С. 126-136.
9. Яковлева-Чернышева А.Ю. Особенности взаимодействия предпринимательских структур в рекреационном кластере. URL: <http://uecs.ru/uecs-25-252010/item/313-2011-03-25-10-00-43> (дата звернення: 10.03.2020).
10. Гошинська Д.Я. Формування комунікаційної стратегії в умовах кластерної взаємодії підприємств. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2015. № 4 (14). С. 85-91.
11. Ковбатук М.В., Шевчук В.О. Механізм взаємодії транспортних підприємств та освітніх установ в процесі функціонування транспортно-логістичного кластера. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». 2018. Вип. 5 (200). С. 26-32. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2018/200-5/4>.

REFERENCES

1. Ketova, N.P. (2011), "Territorial'no-otraslevye klasteri i partnerskie seti: novye vozmozhnosti "vpsyvaniya" rossijskih regionov v global'noe rynochnoe prostranstvo" [Territorial-industrial clusters and partner networks: new opportunities for "integrating" Russian regions into the global market space], *Juzhno-rossijskij forum*, vol. 1 (2), pp. 12-24.
2. Voronov, A. (2002), "Klasteri – novaja forma samoorganizacii promyshlennosti v uslovijah konkurencii" [Clusters – a new form of self-organization of industry in a competitive environment], *Marketing*, vol. 5, pp. 37-43.
3. Fiedler Terese and Deegan Craig (2007), Motivations for environmental collaboration within the building and construction industry, *Managerial Auditing Journal*, vol. 22, pp. 410-441.
4. Kaczmarek, B. (2000), *Współdziałanie przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 29.
5. Jagoda, H. and Jaremczuk, K. (2006), *Formy współdziałania małych przedsiębiorstw. Uwarunkowania przedsiębiorczości – aspekty ekonomiczne i antropologiczno-społeczne*, Państwowa Wyższa Szkoła, Tarnobrzeg, s. 199.
6. Ghoshhynsjka, D.Ja. (2016), "Informacijno-komunikacijne zabezpečennja klasternoj vzajemodiji pidpryjemstv" [Information and communication support for cluster interaction between enterprises]: dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / Ternopil'skij nacional'nyj tehničnyj universytet imeni Ivana Pul'juja, Ternopil, 231 p.
7. Vojnarenko, M.P. (2014), "Klasteri v ekonomici Ukrajinj" [Clusters in the economy of Ukraine], *Khmel'nyckij, KhNU, FOP Mel'nyk A.A.*, 1170 p.
8. Kalinichenko, L.L. (2011), "Aspekt vzajemodiji sub'ektiv promyslovogho klasteru" [Aspect of interaction of subjects of industrial cluster], *Rozvytok metodiv upravlinnja i goshodarjvannja na transporti*, no. 34, pp. 126-136
9. Jakovleva-Chernysheva, A.Ju. (2020), "Osobennosti vzaimodejstvija predprinimatel'skih struktur v rekreacionnom klasterе" [Features of the interaction of business structures in a recreational cluster], available at: <http://uecs.ru/uecs-25-252010/item/313-2011-03-25-10-00-43> (Accessed 10 March 2020).

10. Ghoshhynsja, D.Ja. (2015), "Formuvannja komunikacijnoji strateghiji v umovakh klasternoji vzajemodiji pidprijemstv" [Formation of communication strategy in the conditions of cluster interaction of enterprises], *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*, vol. 4 (14), pp. 85-91.

11. Kovbatiuk, M.V., Shevchuk, V.O. (2018), "Mekhanizm vzaiemodii transportnykh pidprijemstv ta osvitynykh ustanov v protsesi funkcionuvannia transportno-lohistrychnoho klastera" [Cooperation mechanism between transport enterprises and higher education institutes in transport and logistics cluster], *Visnyk Kyivskoho natsionalnogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika*, vol. 5 (200), pp. 26-32. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2018/200-5/4>.

Владислава Шевчук, к.э.н., доц.

(доцент каф. «Теоретическая и прикладная экономика», Государственный университет инфраструктуры и технологий)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ В КЛАСТЕРЕ

Самые разнообразные формы взаимодействия играют ключевую роль в формировании и развитии кластера. Взаимодействия предприятий и других организаций в кластере обеспечивают синергетический эффект, на котором основана конкурентоспособность как отдельных элементов (фирм-участников и их продукции), так и кластера в целом. Взаимодействия внутри кластера разнообразны, сложны, а иногда и противоречивы.

Статья посвящена исследованию теоретических подходов к определению экономического содержания кластерного взаимодействия предприятий. Выделены особенности, отличающие кластерное взаимодействие от классических форм хозяйственного взаимодействия. Рассмотрены взгляды ученых на основные формы взаимодействия субъектов в кластере. Определено, что среди авторов отсутствует единый подход к классификации форм кластерного взаимодействия предприятий и других организаций. Отмечено, что основную группу участников кластера образуют предпринимательские структуры, которые постоянно взаимодействуют со своими партнерами, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами управления и местной власти, образовательными учреждениями и другими организациями, входящими во внешнюю предпринимательскую среду. Исходя из этого, под кластерным взаимодействием предпринимательских структур в кластере следует понимать совокупность деловых контактов, которые они устанавливают с другими участниками кластера и воспроизводят в процессе своей предпринимательской деятельности. Содержание кластерного взаимодействия обусловлено деловыми интересами различных участников, которые могут быть взаимными и противоположными, то есть сочетать различные формы сотрудничества и конкурентного противодействия.

Обобщенно разные подходы к классификации различных форм сотрудничества между субъектами кластера, сгруппированы основные формы взаимодействия по определенным признакам. В частности определены основные формы взаимодействия по следующим признакам: отраслевой принадлежности субъектов, типу сотрудничества, направлением взаимодействия, плотностью взаимосвязей, устойчивостью взаимосвязей, степенью формализации, обеспечением взаимодействия, субъектами взаимодействия, количеством субъектов, функциональной сферой взаимодействия, моделью взаимодействия бизнес-процессов.

Ключевые слова: кластерное взаимодействие, формы взаимодействия субъектов в кластере, классификация форм кластерного взаимодействия.

*Vladyslava Shevchuk, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor
(Associate Professor of Department of Theoretical and Applied Economics, State University of
Infrastructure and Technologies)*

THEORETICAL BASIS OF INTERACTION OF SUBJECTS IN THE CLUSTER

The most diverse forms of interaction play a key role in the formation and development of a cluster. The interaction of enterprises and other organizations in the cluster provides a synergistic effect, as a result of which the compatibility of all individual elements (participating companies and their products) is ensured. Interactions within a cluster are diverse, complex, and sometimes contradictory.

The article is devoted to the study of theoretical approaches to determining the economic content of cluster interaction of enterprises. The features distinguishing cluster interaction from the classical forms of economic interaction are highlighted. The views of scientists on the main forms of interaction of subjects in a cluster are considered. It is determined that among the authors there is no single approach to the classification of forms of cluster interaction between enterprises and other organizations. It was noted that the main group of cluster members is constituted by entrepreneurial structures that constantly interact with their partners, consumers, suppliers, competitors, government and local authorities, educational institutions and other organizations that are part of the external business environment. Based on this, the cluster interaction of business entities in a cluster should be understood as the totality of business contacts that they establish with other members of the cluster and reproduce in the process of their entrepreneurial activity. The content of cluster interaction is determined by the business interests of various participants, which can be mutual and opposite, that is, combine different forms of cooperation and competitive opposition.

Generally different approaches to the classification of various forms of cooperation between the subjects of the cluster, grouped the main forms of interaction on certain grounds. In particular, the main forms of interaction were identified according to the following criteria: industry affiliation of subjects, type of cooperation, direction of interaction, density of interconnections, stability of interconnections, degree of formalization, ensuring interaction, subjects of interaction, number of subjects, functional sphere of interaction, and model of interaction of business processes.

Keywords: cluster interaction, forms of interaction of subjects in a cluster, classification of forms of cluster interaction.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ РУКОПИСІВ

1. До друку в «Збірник наукових праць Державного університету інфраструктури та технологій. Серія «Економіка і управління»» (далі – Збірник) приймаються лише наукові статті, які мають такі необхідні елементи:

1.1. УДК – див. <http://www.udcc.org>. та класифікатор JEL <https://www.aeaweb.org/jel/guide/jel.php?class=M>.

1.2. Відомості про автора трьома мовами (українська, російська, англійська). Вказується прізвище та ім'я, вчений ступінь, вчене звання, посада та назва вищого навчального закладу, в якому працює автор, ORCID ID.

1.3. Анотація та ключові слова трьома мовами (українська, російська, англійська). Анотація повинна відповідати таким вимогам:

– інформативність (без загальних слів); оригінальність; змістовність (відобразити основний зміст статті та результати досліджень); структурованість (можливо, навіть рубрикація, як у статті: предмет, тема, мета, метод або методологія, результати, область застосування результатів, висновки, але без зазначення структурних елементів); обсяг 150-250 слів.

Анотація англійською мовою – **не менше 1800** знаків;

– слід уникати зайвих вступних фраз (наприклад, «автор статті розглядає»). Історичні довідки, якщо вони не становлять основний зміст документа, опис раніше опублікованих робіт та загальновідомі положення в анотації не наводять.

Якщо стаття представлена до публікації англійською, російською мовою, то в такому разі до неї додається розширена анотація українською мовою – не менше 1800 знаків.

1.4. **Постановка проблеми** в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями;

1.5. **Аналіз останніх досліджень і публікацій**, в яких започатковано розв'язання даної проблеми й на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття;

1.6. **Формулювання цілей статті (мета);**

1.7. **Виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;

1.8. **Висновки та пропозиції** з даного дослідження і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.

1.9. **Література**, оформлена відповідно до правил бібліографічного опису. Якщо в джерелах є DOI, то обов'язково вказати.

Далі подається **REFERENCES**.

До друку приймаються статті українською, російською, англійською, французькою та німецькою мовами.

2. Стаття має відповідати тематичному спрямуванню Збірника. Відповідальність за матеріали, наведені в статті, несуть автори. Редакція може не поділяти позицію авторів публікації та залишає за собою право на скорочення, редагування та виправлення статті (зі збереженням головних висновків і стилю автора).

Статті, що не відповідають вимогам, розглядатися та друкуватися не будуть.

До редколегії Збірника подаються:

- **електронний варіант статті**, направлений на електронну адресу: publication_em@duit.edu.ua; та oyarmolitska@ukr.net

- анкета автора (співавторів).

3. Матеріал статті потрібно викладати стисло, послідовно, стилістично грамотно. Обсяг статті має бути не менше 7 сторінок та не перевищувати 12 сторінок. Виключення

допускаються лише за рішенням редакційної колегії Збірника. Остання сторінка статті має бути заповнена текстом не менш, ніж на половину. Терміни та позначення мають відповідати чинним стандартам. Не допускаються повтори, а також зайві подробиці при переказі раніше опублікованих відомостей. Одиниці вимірювання слід подавати за міжнародною системою одиниць SI чи в одиницях, допущених до застосування в Україні згідно з вимогами чинних державних стандартів.

4. Цитати, таблиці, статистичні дані, цифрові показники, що підвищують рівень обґрунтованості аналітичних матеріалів, подаються з посиланням на джерела. Таблиці мають бути пронумеровані й мати заголовок. Відповідальність за наведені показники несуть автори.

5. Текстові матеріали готують і друкують на аркушах білого односортового паперу з використанням комп'ютерних текстових редакторів MicrosoftWord, для набору формул використовують вбудовані редактори формул. При цьому має застосовуватись шрифт TimesNewRoman.

Параметри сторінки Збірника встановлені такі:

- поля верхнє та нижнє – 25 мм;
- поле праве та ліве – 20 мм.

В розділі «Параметры страницы» обрати вкладку «Источник бумаги» – встановити «От края до верхнего колонтитула» 1,5 см; «От края до нижнего колонтитула» 1.5 см.

Верхній і нижній колонтитули, а також номери сторінок не вводити. Відступ першого рядка абзацу – 5 мм, інтервал між рядками – одинарний.

7. Матеріали набирають такими шрифтами:

- УДК – 12 пунктів, курсив;
- автори – 12 пунктів, напівжирний курсив;
- **НАЗВА СТАТТІ – ПРОПИСНІ ЛІТЕРИ, 12 ПУНКТИВ, НАПІВЖИРНИЙ;**
- **анотація українською мовою – 11 пунктів, напівжирний курсив;**
- **ключові слова – 11 пунктів, курсив;**
- основний текст – 12 пунктів, звичайний;
- **знак авторського права (© Іваненко І. І., 2020) – 12 пунктів, напівжирний курсив, знак авторського права розміщується на першій сторінці статті);**

• **СЛОВО «ЛІТЕРАТУРА» – ПРОПИСНІ ЛІТЕРИ, 12 ПУНКТИВ, НАПІВЖИРНИЙ;**

- назви джерел в списку літератури – 10 пунктів, звичайний.

• **СЛОВО «REFERENCES» – ПРОПИСНІ ЛІТЕРИ, 12 ПУНКТИВ, НАПІВЖИРНИЙ**

• після списку літератури українською мовою (та/або мовами оригіналу) обов'язково наводиться той самий список, але в латинській транскрипції. Окрім транскрипції, в квадратних дужках зазначається переклад назви твору англійською мовою;

- **анотація російською та англійською мовою 11 пунктів, напівжирний курсив;**
- **ключові слова російською та англійською мовою – 11 пунктів, курсив.**

8. Інтервали між елементами статті такі:

- УДК – автори – 2;
- автори – назва статті – 3;
- назва статті – анотація та ключові слова – 2;
- анотація та ключові слова – основний текст – 1;
- основний текст – назва таблиці (верхній край рисунка, схеми, діаграми) – 2;
- назва таблиці – її верхній край – 1;
- нижній край рисунка, схеми, діаграми – їх назви – 1;
- нижній край таблиці (назва рисунка, діаграми, схеми) – основний текст – 2;
- основний текст – знак авторського права – 1;

- основний текст – ЛІТЕРАТУРА – 1;
- ЛІТЕРАТУРА – список літератури – 1;
- список літератури –REFERENCES – 1;
- REFERENCES – автори російською та англійською мовою –1;
- автори російською та англійською мовою – анотація та ключові слова – 1.

9. Усі рисунки й таблиці повинні мати назви та номери (у випадку, коли в одному матеріалі міститься два і більше названих елементів), наприклад, «*Рис. 1. Розрахункова схема...*» або «*Таблиця 1. Показники...*»

Слова *Рис.*, *Таблиця* та їх номери набираються курсивом, 12 пунктів, назви – напівжирним шрифтом, 12 пунктів, назви та номери таблиць розміщують над таблицями, а рисунків – під ними **по центру**. Якщо таблиця не вміщується на одній сторінці, всі її колонки нумерують, а над перенесеною частиною таблиці справа зазначають: «*Продовження табл.*», «*Кінець табл.*» із зазначенням номера таблиці.

10. Формули розташовуються на сторінці по центру. Номер формули проставляється справа в кінці рядка, в круглих дужках, не виходячи на поле. Між ними та текстом витримується інтервал в один рядок. Літери та позначення величин (символи) набирають курсивом.

11. Бібліографічний опис літературних (інформаційних) джерел складається за стандартом «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні вимоги та правила складання» (ДСТУ 8302:2015).

Науково-виробниче видання

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**

Серія «Економіка і управління»

Випуск 47

Відповідальний за випуск: ***Боняр С.М.***

Підписано до друку 28.02.2020 р. Формат 60x84 1/8.
Папір – офсет. Гарнітура Таймс.
Ум.-друк. арк. 9,6. Обл.-вид. арк. 13,7.
Зам. № 2070-08/20. Наклад 50 прим.

Надруковано в редакційно-видавничому відділі Державного
університету інфраструктури та технологій.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного
реєстру видавців, виготовлювачів видавничої продукції
Серія ДК № 6148 від 18.04.2018 р.
03049, м. Київ-49, вул. Івана Огієнка, 19