

ISSN 2310–9513

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

# **ВІСНИК**

**Харківського національного університету  
імені В. Н. Каразіна**

**Серія «Міжнародні відносини. Економіка.  
Країнознавство. Туризм»**

# **The Journal**

**of V. N. Karazin Kharkiv National University**

**Series «International Relations. Economics.  
Country Studies. Tourism»**

**Випуск / Issue 13**

Започатковано 2013 р.  
Published since 2013

Харків – 2021  
Kharkiv 2021

Висвітлюються результати наукових досліджень у галузі міжнародних відносин, світового господарства та міжнародних економічних відносин, економіки, туризму та готельного господарства.

Для науковців, викладачів, аспірантів та студентів.

Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм» є науковим фаховим виданням з економічних наук, категорія «Б», спеціальності 051, 073, 292 (наказ МОН України № 409 від 17.03.2020).

Затверджено до друку рішенням Вченої ради Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна (протокол № 13 від 29 квітня 2021 р.)

**Головний редактор:**

*В.О. Бабенко* – доктор економічних наук, професор, ХНУ імені В.Н. Каразіна

**Заступники головного редактора:**

*Н.А. Казакова* – кандидат географічних наук, професор, ХНУ імені В.Н. Каразіна

*А.Ю. Парфінченко* – кандидат історичних наук, доцент, ХНУ імені В.Н. Каразіна

**Відповідальний секретар:**

*Г.І. Гапоненко* – кандидат економічних наук, ХНУ імені В.Н. Каразіна

**РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ**

*Н.В. Антонюк* – доктор історичних наук, професор, Львівський національний університет імені Івана Франка

*О.А. Біловодська* – доктор економічних наук, доцент, Київський національний університет технологій та дизайну

*В.В. Гончаренко* – доктор економічних наук, професор, ХНУ імені В.Н. Каразіна

*А.Г. Гончарук* – доктор економічних наук, професор, Міжнародний гуманітарний університет

*І.М. Грабинський* – доктор економічних наук, професор, Львівський національний університет імені Івана Франка

*О.А. Довгаль* – доктор економічних наук, професор, ХНУ імені В.Н. Каразіна

*С.М. Козьменко* – доктор економічних наук, професор, Університет митної справи та фінансів

*О.О. Любіцева* – доктор географічних наук, професор, академік АН вищої освіти України, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

*І.Ю. Матюшенко* – доктор економічних наук, професор, ХНУ імені В.Н. Каразіна

*Т.В. Пономаренко* – доктор економічних наук, доцент, ПВНЗ «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая

*М.М. Рижков* – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної інформації Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

*С.А. Циганов* – доктор економічних наук, професор, Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

*А.М. Черчик* – доктор економічних наук, професор, Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

*І.В. Шкодін* – доктор економічних наук, доцент, ХНУ імені В.Н. Каразіна

*Т.В. Шталь* – доктор економічних наук, професор, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

*С.О. Якубовський* – доктор економічних наук, професор, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

**МІЖНАРОДНА РЕДАКЦІЙНА РАДА**

*Anna Aleksandrova*, Dr. of Geography, PhD of Economics, Professor, Lomonosov Moscow State University, Russia

*Abdel-Badeeh M. Salem*, PhD, Professor, Ain Shams University, Egypt

*Ted Azarmi*, PhD, Professor, University of Tübingen, Germany

*Dang Van Phan*, PhD, Associate Professor, Mekong University, Vietnam

*Leonid Gaidukevich*, D.Sc. (Historical Sciences), Associate Professor, Belarusian State University, Belarus

*Suren Gevorgyan*, Dr. of Economics, Professor, Armenian State University of Economics, Armenia

*Jakub Koralewski*, D.Sc. (Historical Sciences) Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii w Poznaniu, Poland

*Kailash C. Kapur*, Dr., Professor, University of Washington, USA

*Marina Kudinskaja*, Dr. of Economics, Associate Professor, University of Latvia, Latvia

*Inese Mavlutova*, Dr., Professor, BA School of Business and Finance, Latvia

*William H. Meyers*, Dr., Professor, University of Missouri-Columbia, USA

*Grigor Nazaryan*, Dr. of Economics, Associate Professor, Armenian State University of Economics, Armenia

*Tanova Petia*, Dr. of Economics, Associate Professor, Frederick University of Cyprus, Cyprus

*Vesselin Popovski*, D.Sc., Professor, Centre for the Study of United Nations, Jindal Global University, India

*Zenon Stachowiak*, D.Sc., Professor, Cardinal Stefan Wyszyński University, Poland

*Jan-Urban Sandal*, D.Sc., Professor, Fil. Dr. Jan-U. Sandal Institute, Norway

**Адреса редакційної колегії:**

61022, м. Харків, пл. Свободи, 6, факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, ауд. 366а

тел. (057) 707 53 06, [www.irtb.karazin.ua](http://www.irtb.karazin.ua), [www.periodicals.karazin.ua/irtb](http://www.periodicals.karazin.ua/irtb), [meo.vestnik@karazin.ua](mailto:meo.vestnik@karazin.ua)

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за добір, точність, достовірність наведених даних, фактів, цитат, інших відомостей.

Статті пройшли подвійне сліпе рецензування.

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 21560-11460Р від 20.08.2015.

© Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, оформлення, 2021

The results of scientific research in the field of international relations, world economy and international economic relations, economy, tourism and hotel industry are covered.

For scientists, teachers, graduate students and students.

The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University Series «International Relations. Economics. Country Studies. Tourism» is a scientific professional publication in economics, category "B", specialty 051, 073, 292 (order of the Ministry of Education and Science of Ukraine № 409 from 17.03.2020).

*Approved for publication by the Academic Council of V. N. Karazin Kharkiv National University (protocol No 13 dated April 31, 2021).*

**Chief editor:**

*Vitalina Babenko*, D.Sc. (Economics), Professor, V.N. Karazin Kharkov National University

**Deputy editor-in-chief:**

*Nadija Kazakova*, PhD (Geography), Professor, V.N. Karazin Kharkov National University

*Anatoliy Parfinenko*, Ph.D (History), Associate Professor, V.N. Karazin Kharkov National University

**Assistant editor:**

*Hanna Haponenko*, Ph.D (Economics), V.N. Karazin Kharkov National University

**EDITORIAL BOARD**

*Nataliya Antonyuk*, Doctor of Historical Sciences, Professor, Ivan Franko National University of Lviv

*Olena Bilovodska*, D.Sc. (Economics), Associate Professor, Kyiv National University of Technologies and Design

*Vladyslav Goncharenko*, D.Sc. (Economics), Professor, V.N. Karazin Kharkov National University

*Anatoliy Goncharuk*, D.Sc. (Economics), Professor, International Humanitarian University

*Igor Hrabynskiy*, D.Sc. (Economics), Professor, Ivan Franko National University of Lviv

*Olena Dovgal*, D.Sc. (Economics), Professor, V.N. Karazin Kharkov National University

*Serhiy Kozmenko*, D.Sc. (Economics), Professor, University of Customs and Finance

*Olga Lyubitseva*, Doctor of Geographic Sciences, Professor, Member of the Academy of Science of Ukraine, Honored

Worker of Ukrainian Tourism, Excellence in education of Ukraine, Taras Shevchenko National University of Kyiv

*Igor Matyushenko*, D.Sc. (Economics), Professor, V.N. Karazin Kharkov National University

*Tetiana Ponomarenko*, D.Sc. (Economics), Associate Professor, Academician Yuriy Bugay International Scientific and technical University

*Mykola Ryzhkov*, D.Sc. (Political studies), Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv

*Sergiy Tsyganov*, D.Sc. (Economics), Professor, Institute of International Relations, Taras Shevchenko National University of Kyiv

*Larysa Cherchyk*, D.Sc. (Economics), Professor, Lesya Ukrainka Eastern European National University

*Iryna Shkodina*, D.Sc. (Economics), Associate Professor, V.N. Karazin Kharkov National University

*Tetiana Shtal*, D.Sc. (Economics), Professor, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

*Serhiy Yakubovsky*, D.Sc. (Economics), Professor, Odessa I.I. Mechnikov National University

**INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD**

*Anna Aleksandrova*, Dr. of Geography, PhD of Economics, Professor, Lomonosov Moscow State University, Russia

*Abdel-Badeeh M. Salem*, PhD, Professor, Ain Shams University, Egypt

*Ted Azarmi*, PhD, Professor, University of Tübingen, German

*Dang Van Phan*, PhD, Associate Professor, Mekong University, Vietnam

*Leonid Gaidukevich*, D.Sc. (Historical Sciences), Associate Professor, Belarusian State University, Belarus

*Suren Gevorgyan*, Dr. of Economics, Professor, Armenian State University of Economics, Armenia

*Jakub Koralewski*, D.Sc. (Historical Sciences) Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii w Poznaniu, Poland

*Kailash C. Kapur*, Dr., Professor, University of Washington, USA

*Marina Kudinskaja*, Dr. of Economics, Associate Professor, University of Latvia, Latvia

*Inese Mavlutova*, Dr., Professor, BA School of Business and Finance, Latvia

*William H. Meyers*, Dr., Professor, University of Missouri-Columbia, USA

*Grigor Nazaryan*, Dr. of Economics, Associate Professor, Armenian State University of Economics, Armenia

*Tanova Petia*, Dr. of Economics, Associate Professor, Frederick University of Cyprus, Cyprus

*Vesselin Popovski*, D.Sc., Professor, Centre for the Study of United Nations, Jindal Global University, India

*Zenon Stachowiak*, D.Sc., Professor, Cardinal Stefan Wyszyński University, Poland

*Jan-Urban Sandal*, D.Sc., Professor, Fil. Dr. Jan-U. Sandal Institute, Norway

**Editorial Board Address:**

61022, Kharkiv, Sq. Svobody, 6, Faculty of International Economic Relations and Tourism Business  
V. N. Karazin Kharkiv National University, room 366a

tel. (057) 707 53 06, [www.irtb.karazin.ua](http://www.irtb.karazin.ua), [www.periodicals.karazin.ua/irtb](http://www.periodicals.karazin.ua/irtb), [meo.vestnik@karazin.ua](mailto:meo.vestnik@karazin.ua)

The authors of the published materials are fully responsible for the selection, accuracy, reliability of the data, facts, quotations and other information.

Articles have been double-blindly reviewed.

Certificate of state registration of KV № 21560-11460R dated 20.08.2015.

© V. N. Karazin Kharkiv National University, design, 2021

**ЗМІСТ**

**СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**

<b>Н. А. Казакова, О. О. Булгакова</b> Гендерна політика Європейського Союзу в Україні: нові тенденції та сталі виклики .....	8
<b>С. І. Лиман, Є. О. Ангеліс</b> Угорсько-румунські відносини та діяльність Венеціанської комісії у вирішенні проблем національних меншин Трансильванії .....	18

**ЕКОНОМІКА**

<b>Р. Р. Августин, І. О. Демків</b> Антикорупційний механізм та засоби детінізації у соціальній сфері.....	27
<b>В. О. Бабенко, Г. Ю. Федорова, Б. О. Походенко</b> Споживча цінність товарів в умовах цифровізації економіки .....	38
<b>О. А. Біловодська, К. В. Шебеда</b> Формування та реалізація маркетингової стратегії медіакомпанії в цифровому середовищі: етапи та показники оцінювання .....	50
<b>А. В. Воронін, Е. Ю. Железнякова</b> Динаміка експортно-імпоротної взаємодії .....	60
<b>Ю. Г. Гуменна, І. В. Тютюнник, О. І. Тверезовська</b> Ефекти впливу цифровізації на макроекономічну стабільність в умовах пандемії COVID-19: практика єс .....	70
<b>О. А. Довгаль, Г. В. Довгаль, М. О. Іщенко</b> Перспективи цифровізації економіки України: можливості та загрози .....	78
<b>М. О. Іщенко, Д. Р. Гончар</b> Конкурентоспроможність продукції молочної промисловості України: сучасний стан та перспективи розвитку.....	89
<b>О. Є. Кузьмін, О. В. Юринець, К. О. Дорошкевич, А. І. Хоменко</b> Використання імітаційного моделювання з метою ідентифікації ургентних інструментів антикризового управління підприємствами .....	99
<b>О. А. Ніколайчук</b> Тренди розвитку вітчизняної індустрії гостинності в умовах COVID-19 .....	108
<b>Х. П. Стельмах</b> Інтеграція промисловості України у глобальні ланцюги доданої вартості.....	115
<b>Чміль Г.А</b> Цифровізація діяльності суб'єктів споживчого ринку: можливості та загрози.....	124
<b>Т. М. Шелест</b> Ефективність інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання в умовах цифрових трансформацій .....	135
<b>І. В. Шкодін, О. О. Зеленько</b> Бюджетна політика та її особливості в економіці України .....	145
<b>О.В. Шкуренко</b> Інтеграція сталого розвитку та розвитку бізнесу як домінуюча основа моделі циркулярної економіки: теоретичний аспект .....	152

**ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

<b>А. О. Бондаренко</b> Інструменти підвищення якості туристичних послуг в умовах конкуренції .....	167
<b>Г. І. Гапоненко, А. В. Василенко, І. М. Шамара</b> Перспективи організації Зелених шляхів в Україні як пріоритетний напрямок розвитку ринку внутрішнього туризму .....	174
<b>Г. С. Панасенко, Н. А. Борщ</b> Хорватський ринок туристичних послуг: забезпечення конкурентоспроможності .....	186
<b>І. О. Панова, Я. З. Журавчак</b> Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні (на прикладі Закарпатської області) .....	196
<b>А. М. Черчик, А. М. Лажнік</b> Наукові підходи до формування менеджменту туристичних підприємств .....	209
<b>С. О. Юрченко, О. Є. Юрченко, А.Є. Кондрова</b> Африка на світовому ринку туризму в умовах глобалізації.....	216

CONTENTS

THE WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

<b>N. Kazakova, O. Bulhakova</b> Gender policy of the European Union in Ukraine: new trends and constant challenges .....	8
<b>S. Lyman, Y. Anhelis</b> Hungarian-romanian relations and the activities of the Venice Commission in solving the problems of national minorities in Transylvania .....	18

ECONOMICS

<b>R. Avhustyn, I. Demkiv</b> Anti-corruption mechanism and means of detinization in the social sphere.....	27
<b>V. Babenko, H. Fedorova, B. Pokhodenko</b> The Consumer Value of Goods in the Context of the Digitalization of the Economy .....	38
<b>O. Bilovodska, K. Shebeda</b> Formation and Implementation of the Media Company Marketing Strategy in the Digital Environment: Stages and Evaluation Indicators .....	50
<b>A. Voronin, E. Zhelezniakova</b> The dynamics of export-import interaction .....	60
<b>Y. Humenna, I. Tiutiunyk, O. Tverezovska</b> Digital Effects on Macroeconomic Stability in the Framework of COVID-19 Pandemic: Eu Practice .....	70
<b>E. Dovgal, G. Dovgal, M. Ishchenko</b> Prospects for digitalization of the economy of Ukraine: opportunities and threats .....	78
<b>M. Ishchenko, D. Honchar</b> Competitiveness of dairy industry products of Ukraine: current state and prospects .....	89
<b>O. Kuzmin, O. Yurynets, K. Doroshkevych, A. Khomenko</b> Use of simulation modeling to identify urgent crisis management measures on enterprises .....	99
<b>O. Nikolaichuk</b> Trends of Development of Domestic Hospitality Industry in COVID-19 Conditions.....	108
<b>K. Stelmakh</b> Integration of Ukrainian industry into the global value chains .....	115
<b>H. Chmil</b> Digitalization Of Consumer Market Entities Activity: Opportunities And Threats .....	124
<b>T. Shelest</b> Efficiency of Innovation-Oriented Development oof Businesses in the Conditions of Digital Transformations.....	135
<b>I. Shkodina, O. Zelenko</b> Budget policy and its features in the economy of Ukraine .....	145
<b>O. Shkurenko</b> Integration of Sustainable Development and Business Development as a Dominant Basis of the Circular Economy Model: Theoretical Aspect .....	152

TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH

<b>L. Bondarenko</b> Tools of improving the quality of tourist services in the conditions of competition.....	167
<b>H. Haponenko, A. Vasylenko, I. Shamara</b> Green tract organizing prospects in Ukraine as an internal tourism market development priority direction .....	174
<b>H. Panasenko, N. Borshch</b> Croatian market of tourist services: ensuring competitiveness .....	186
<b>I. Panova, Ya. Zhuravchak</b> Problems and prospects of gastronomic tourism development in Ukraine (on the example of Zakarpattia oblast) .....	196
<b>L. Cherchyk, A. Lazhnik</b> Scientific approaches to the formation of management of tourist enterprises .....	209
<b>S. Iurchenko, O. Iurchenko, A. Kondrova</b> Africa at the world tourism market in the context of globalization .....	216

## СОДЕРЖАНИЕ

## МИРОВОЕ ХОЗЯЙСТВО И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

<b>Н. А. Казакова, О. А. Булгакова</b> Гендерная политика Европейского Союза в Украине: новые тенденции и постоянные вызовы .....	8
<b>С. И. Лиман, Е. А. Ангелис</b> Венгерско-румынские отношения и деятельность Венецианской комиссии в решении проблем национальных меньшинств Трансильвании .....	18

## ЭКОНОМИКА

<b>Р. Р. Августин, И. О. Демкив</b> Антикоррупционный механизм и средства детенизации в социальной сфере .....	27
<b>В. А. Бабенко, А. Ф. Федорова, Б. А. Походенко</b> Потребительская ценность товаров в условиях цифровизации экономики .....	38
<b>Е. А. Беловодская, Е. В. Шебеда</b> Формирование и реализация маркетинговой стратегии медиакомпании в цифровой среде: этапы и показатели оценки .....	50
<b>А. В. Воронин, Э. Ю. Железнякова</b> Динамика экспортно-импортных взаимодействий .....	60
<b>Ю. Г. Гуменная, И. В. Тютюнык, А. И. Тверезовская</b> Эффекты влияния цифровизации на экономический рост в условиях пандемии COVID-19: практика ЕС .....	70
<b>Е. А. Довгаль, Г. В. Довгаль, М. А. Ищенко</b> Перспективы цифровизации экономики Украины: возможности и угрозы .....	78
<b>М. А. Ищенко, Д. Р. Гончар</b> Конкурентоспособность продукции молочной промышленности Украины: современное состояние и перспективы развития .....	89
<b>О. Е. Кузьмин, О. В. Юринец, Е. О. Дорошкевич, А. И. Хоменко</b> Использование имитационного моделирования с целью идентификации ургентной инструментов антикризисного управления предприятием .....	99
<b>О. А. Николайчук</b> Тренды развития отечественной индустрии гостеприимства в условиях COVID-19 .....	108
<b>К. П. Стельмах</b> Интеграция промышленности Украины в глобальные цепочки добавленной стоимости .....	115
<b>А. Чмиль</b> Цифровизации деятельности субъектов потребительского рынка: Возможности и угрозы .....	124
<b>Т. Н. Шелест</b> Эффективность инновационно-ориентированного развития субъектов хозяйствования в условиях цифровых трансформаций .....	135
<b>И. В. Шкодина, А. О. Зеленько</b> Бюджетная политика и ее особенности в экономике Украины .....	145
<b>О.В. Шкурченко</b> Интеграция устойчивого развития и развития бизнеса как доминантной основы модели циркулярной экономики: теоретический аспект .....	152

## ИССЛЕДОВАНИЕ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

<b>Л. А. Бондаренко</b> Инструменты повышения качества туристических услуг в условиях конкуренции .....	167
<b>А. И. Гапоненко, А. В. Василенко, И. Н. Шамара</b> Перспективы организации Зеленых путей в Украине как приоритетного направления развития рынка внутреннего туризма .....	174
<b>А. С. Панасенко, Н. А. Борщ</b> Хорватский рынок туристических услуг: обеспечение конкурентоспособности .....	186
<b>И. А. Панова, Я. З. Журавчак</b> Проблемы и перспективы развития гастрономического туризма в Украине (на примере Закарпатской области) .....	196
<b>Л. Н. Черчик, А. Н. Лажник</b> Научные подходы к формированию менеджмента туристических предприятий .....	209
<b>С. А. Юрченко, Е. Е. Юрченко, А. Е. Кондрова</b> Африка на мировом рынке туризма в условиях глобализации .....	216

**СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО  
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ  
ВІДНОСИНИ**

## ГЕНДЕРНА ПОЛІТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В УКРАЇНІ: НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТАЛІ ВИКЛИКИ\*

**Казакова Надія Артурівна**

канд. геогр. наук, доцент  
зав. каф. міжнародних економічних відносин ім. Артура Голікова  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022  
e-mail: kazakovan@ukr.net  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4592-1466>

**Булгакова Ольга Олексіївна**

студентка  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022,  
e-mail: olgabulgakova199@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0077-6728>

Стаття є присвяченою визначенню нових тенденцій та сталих викликів гендерної політики ЄС в Україні, що стало особливо нагальним та неминучим в умовах пост-пандемічної глобальної кризи, спровокованої поширенням коронавірусу COVID-19. Предметом дослідження в статті виступають зовнішні та внутрішні кроки з боку влади щодо втілення гендерного рівноправ'я в усіх сферах буття українського народу, починаючи з 90-х років минулого століття і до сьогодні. Мета даної роботи полягає в аналізі основних етапів гендерної політики Європейського Союзу в Україні та визначенню основних шляхів її запровадження на економічному, правовому, соціальному та науково-освітньому рівнях. Завдання: провести аналогії та відокремити головні відмінності щодо імплементації різноманітних механізмів гендерної рівності в нашій державі та країнах-членах ЄС; здійснити детальний аналіз ключових гендерних віх та концептів, що є закладеними в Європейській політиці сусідства («ЄПС»); простежити динаміку та основні тенденції гендерних рейтингів України на підставі Глобального звіту про гендерний розрив та розглянути перспективи подолання будь-яких проявів гендерної нерівності в нашій державі. Загальнонаукові методи, що були використані в цій роботі: історичний – для чіткої хронологізації тих або інших явищ міжнародної арени, що у різноманітний спосіб впливали на розвиток гендерної політики в Україні; компаративний та контент-аналіз – для виокремлення основних тенденцій розвитку рівноправ'я між представниками обох статей та різних гендерів в країнах ЄС (взятих у даному випадку за зразок) та в нашій державі з урахуванням особливостей менталітету та так званого «психологічного» генотипу кожного з обраних народів. Отримано такі результати: гендерна політика ЄС в Україні є складовою соціальної політики нашої держави й саме тому і досі залишається у недостатній спосіб підтримуваною низкою провідних інститутів загальнонаціонального значення. Висновки: актуалізація проблематики гендерного рівноправ'я в нашій країні є наразі обумовленою двома головними чинниками – зростанням кількості самогубств серед представників чоловічої статі внаслідок психологічно-економічної кризи, зумовленої наслідками пандемії COVID-19 та значного «стрибка» щодо такого явища як домашнє насильство внаслідок поширення вже зазначеної інфекції; необхідним є введення загальнодержавних освітніх програм з поширення академічних знань щодо проблематики гендерного рівноправ'я з-посеред всіх кластерів українського суспільства, особливо для дітей, молоді та людей похилого віку, яких прийнято відносити до найбільш вразливих категорій населення в будь-якій країні.

**Ключові слова:** гендер, гендерна політика, Європа, ЄС, міжнародні відносини, Стратегія гендерної рівності, фемінізація.

**Постановка проблеми.** Гендерна політика завжди була однією з базисно-фундаментальних основ для усебічного розвитку будь-якої країни світу. Така тенденція зумовлена, в першу чергу, тим, що вплив

гендерного чинника є ключовим індикатором соціально-економічної готовності суспільства до будь-яких змін. Саме тому просування такої соціальної, політичної та філософської ідеології як фемінізм стало визначним у всьому

\* **Cite as:** Kazakova, N., Bulhakova, O. (2021). Gender Policy of the European Union in Ukraine: New Trends and Constant Challenges, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 8-17. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-01>



різноманітні шляхів розвитку й здобуття так званої «гендерної справедливості» всіма країнами-членами Європейського Союзу. Для нашої держави ця проблема набула особливої значущості з моменту Підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, адже забезпечення гендерної рівності населення і з боку влади є однією з ключових поточних умов щодо повноцінного прийняття нашої Батьківщини до лав цього міжнародного утворення.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Оскільки ця проблематика є не тільки загальноукраїнською, а й загальноєвропейською та міжнародною, то теоретико-дослідницький базис з неї є вельми масштабним та різноманітним.

До того ж зрозуміло, що ці питання з середини минулого століття вивчалися та продовжують вивчатися не тільки фахівцями спеціалізованих органів та агентств ЄС з цього напрямку, як от, наприклад, ЄІР (Європейським інститутом із гендерної рівності), а й низкою науковців з соціологічної, економічної, політичної, біологічної, історичної та навіть медичної та географічної галузей. Так, наприклад, найбільш відомими зарубіжними спеціалістами зі сфери вивчення гендеру в історико-соціологічному, лінгвістичному, міжнародному й крос-європейському дослідженнях є А. Лінн, В. Брюсон, П. Вайль, Ш. Хупер, Д. Хісманс, Д. Хіндман, М. Кіммель, Е. Кофман, А. Нічольсон, С. Прайк, Р. Ширін, К. Рейнман, К. Сільвестр, М. Вайнер, А. Вейлер, К. Дзюд, В. Колінс та інші. Своєю чергою не можна оминати надзвичайно вагомий внесок до цього напрямку як російських, так і українських вчених, серед яких нами були обрані праці Айвазової О., Хасбулатової М., Костикової І., Крикової І., Мархініної В., Тукачевої Ю., Шмелевої О., Артеменко А., Гентош А., Кісь О., Пузак Н., Смольницької М., Таліної І., Уварової О., Ганзинської Т., Найдич М., Кісельової О. і т.д. На наш погляд, наявність у вітчизняній науці такої багатой та різноманітної бази з гендерних досліджень в політично-міжнародному вимірі свідчить про постійні теоретичні розробки зусилля українських науковців в цьому напрямі й, отже, стимулює прогрес практичної реалізації всієї палітри нововведень з цієї галузі на національному, законодавчому, політичному, економічному, загальнокультурному та інших рівнях.

**Метою статті** є з'ясування провідних стратегій, цінностей та найкращих практик ЄС щодо запровадження гендерної політики в країнах-членах цього міжнародного об'єднання шляхом комплексного вивчення теоретичної бази та практичних ситуацій щодо її реалізації, з подальшим наданням оцінки просуванню гендерної політики ЄС в Україні, виявленню її

основних особливостей, переваг та недоліків (за наявністю останніх) для нашого суспільства.

**Виклад основного матеріалу.** Як вже неодноразово зауважувалося, підтримка гендерної рівності у своїх країнах-членах та на всій території Європи лежить в основі провідних цінностей ЄС.

Негативні гендерні стереотипи, обумовлена ними психологічно-економічна «прірва» у призначенні заробітних плат для представників обох статей, несприятливі або невизначені умови щодо праці та здобуття освіти, зниження рівня участі виборців жіночої статі у політичному житті своїх країн, високий рівень безробіття серед жінок та низка інших різнопланових обмежень з усіх приватних та професійних сфер, включаючи обмежений доступ до кредитів для жінок-підприємців – все це свідчить про необхідність посилення підтримки можливостей жінок та гендерного балансу по всьому європейському регіону.

Своєю чергою, для європейських країн, що не є членами ЄС, визначена проблема набула особливої значущості та «гостроти», адже вони, через вищезазначений аспект, є найбільш схильними як на законодавчому, так і загальногромадському рівні до виникнення невірних концептуальних конотацій визначення гендерної політики та її реалізації для своїх народів.

Гендерна політика, яка для держав-членів ЄС стала вже давно одним з ключових напрямів загальнодержавного розвитку є новою для України та решти країн регіону Східної Європи, які в більшості своїй є екстрадянськими республіками. Але і на наших теренах вона має певний генезис та розвиток становлення, які призвели до тих результатів з цього напрямку, які ми маємо наразі.

Так, наприклад про розвиток гендерної політики в нашій державі можемо говорити лише починаючи з 90-х років минулого століття, тобто після розпаду СРСР і проголошення її незалежності та суверенності, відповідно.

При цьому маємо одразу ж зауважити, що провідною її особливістю стало те, що вона з самого початку «росла» на підґрунті міжнародних рекомендацій, договорів, конвенцій та інших нормативно-правових документів, ратифікованих Україною та згодом регульованих національним законодавством задля гарантування рівних прав та можливостей для представників обох статей [1].

Таким чином, можемо говорити про те, що законодавче регулювання гендерної політики української держави головним чином встановлювалося згідно з нормативними правовими актами міжнародного рівня, які істотно вплинули на її зміст протягом наступних двох десятиліть.

Отже, ще з минулого століття, головні ідеї та цінності щодо гендерної рівності почали

втілюватися в Україні, насамперед на державному рівні шляхом «позичення» кращих загальноєвропейських та загальносвітових підходів до встановлення гармонічної рівноваги представників обох статей у всіх сферах суспільного та політичного життя.

Разом з цим, однак, офіційного юридичного закріплення поняття «гендерної політики» не існує у вітчизняному законодавстві ще й наразі.

Версій, зрозуміло, чимало, але все ж таки найбільш компетентним, охоплюваним та загальним, тобто таким, якого дотримується більшість українських науковців є наступне: «гендерна політика являє собою напрям діяльності держави, метою якого є реальне утвердження рівних прав та забезпечення рівних можливостей для представників обох статей шляхом надання гарантій їх рівної участі у всіх сферах громадського життя, створення збалансованої системи пільг та соціального захисту для жінок і, що важливо, для чоловіків, а також забезпечення рівних можливостей на ринках праці, у сфері освіти, тощо» [2, с.189].

Саме з того часу, відповідно, державна політика, спрямована на забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, почала визначатися як гендерна політика, оскільки проблема реалізації цінностей гендерної рівності стала наскрізною і потребувала належного регулювання.

Згодом це регулювання отримало назву механізму гендерної рівності, під яким наразі розуміють впорядковану систему міжнародних, регіональних та національних організаційних структур державного та громадського характеру, діяльність яких спрямована на утвердження цінностей гендерної збалансованості обох статей, яка повинна проявлятися, зберігатися та бути дотриманою в усіх сферах особистісного, соціального та професійного життя, а також забезпечувати реалізацію гендерних стратегій та відповідної гендерної політики в усіх зазначених напрямках [3, с.197].

Саме тому в 2003 році в ЄС була створена, а згодом почала діяти так звана Європейська політика сусідства або, скорочено, «ЄПС» (англ. European Neighbourhood Policy: ENP), яка мала на меті створити нове підґрунтя для розвитку або започаткування відносин з державами-сусідами країн ЄС з різних напрямів, в тому числі гендерної політики [4, с.2]. У січні 2007 року в його рамках був запроваджений «Інструмент Європейського інструменту сусідства й партнерства (ІЄСП), який сприяв зміні реалізації Програм технічної допомоги TACIS (охоплював країни регіону Східної Європи, Кавказу, Середньої Азії, Російську Федерацію, тощо) та MEDA (держави Середземномор'я) [5].

Отже, як стає зрозумілим цей потужний інструмент мав використовуватися не тільки

для врегулювання виключно європейських проблем, а й міжнародних загалом: сприяти стабільності, безпеки і процвітання сусідніх країн без розширення ЄС.

Також, на підставі цього в рамках «ЄПС» були в окремому порядку розроблені та рекомендовані до реалізації два спеціальних документи для формування і підтримки як відносин між ЄС та Україною, так і євроінтеграційних процесів нашого національного рівня загалом:

1) План дій «Україна – Європейський Союз», який був схвалений Кабінетом Міністрів України від 12.02.2005 року [6];

2) Документ «Європейський інструмент сусідства та партнерства для української державної стратегії 2007–2013 років» [7, с.2].

Більш детально про це, зокрема, йшлося в спеціальному розділі першого документу під назвою «Політичний діалог і реформа». Так, наприклад саме в дев'ятому параграфі його підрозділу «Демократія, влада закону, права людини й основні свободи» йшлося про «продовження зусиль щодо забезпечення рівності чоловіків і жінок в суспільстві та економічному житті».

Окрім цього, всім Планом дій передбачалося поглиблення «гендерного діалогу» у таких сферах як: політика, економіка, соціальні послуги та забезпечення, юстиція, транспорт, енергетика, інформаційне суспільство, навколишнє середовище, тощо. Переважно це стосувалося частки представництва жінок у кожній з зазначених галузей, рівній з чоловіками оплаті їхньої праці.

Але, на жаль, попри те, що все, здається, було максимально конкретно визначено, реальних змін в українському суспільстві не відбулося, позиції нашої держави в різних міжнародних рейтингах навіть погіршилися.

Найяскравішим підтвердженням цьому є Глобальний звіт про гендерний розрив за 2016 рік (англ. Global Gender Gap Report: GGGR), представлений Всесвітнім економічним форумом (ВЕФ) [8], відповідно до якого наша Батьківщина посіла 69 місце за індексом гендерної рівності у рейтингу 144 країн, випередивши на 6 позицій РФ (75 місце), але відставши на 39 позицій від Республіки Білорусь (30 місце).

Ми зробили акцент саме на цьому році через те, що саме тоді показник нашої країни виявився найнижчим за весь період імплементації щорічного дослідження цією міжнародною структурою, починаючи від 2006 року. До топ-десятки країн за індексом гендерної рівності тоді увійшли Ісландія, Фінляндія, Норвегія, Швеція, Руанда, Ірландія, Філіппіни, Словенія, Нова Зеландія та Нікарагуа [9].

Якщо ж звернутися до завершення реалізації вже зазначеного нами Документу

«Європейський інструмент сусідства та партнерства для української державної стратегії 2007–2013 років», тобто до 2013 року, тоді отримуємо дані про те, що Україна, відповідно до цього ж Звіту, отримала 64 місце за показником гендерної рівності [10, с.8].

Цей індекс своєю чергою розраховується на основі статистичних даних про співвідношення нерівності між чоловіками та жінками (англ. «gender gap») за чотирма ключовими відповідно до точки зору провідних фахівців ВЕФ сферами:

- 1) Економічних і кар'єрних можливостей;
- 2) Рівня доступу до освіти;
- 3) Охорони здоров'я та соціального становлення;
- 4) Політичних прав та можливостей.

Зрозуміло, що наша країна не є якимось особливим виключенням з-поміж екстрадянських республік або не членів ЄС, які протягом не одного десятиліття прагнуть стати частиною цього наддержавного об'єднання стосовно індексів в зазначених рейтингах.

Однак, все ж таки, порівнюючи сучасні дані щодо гендерної рівності з показниками минулих років, не можна не визнавати того, що наразі стан її в Україні все ж таки не поліпшився, і навіть не зберігся, а погіршився.

Так, наприклад найкращий результат наша держава останній раз продемонструвала в далекому 2006 році, посівши 48-му позицію за цим рейтингом. Досить суттєво позиції України знижались також і протягом періоду з 2014-го (56 місце) по 2015-ий роки (67 місце). За підсумками 2017 року в нашій країні було 61 місце у рейтингу 144 країн, а за результатами наступного, тобто 2018-го – 65-те з-посеред 149 країн [11].

Оскільки цей Звіт складається наприкінці кожного року, то дані за минулий рік, тобто 2019-ий, були опубліковані вже у 2020 році. Відповідно до них Україна посіла 59 місце за цим показником [12].

Між цим, паралельно до цих процесів відбувалися, звичайно, і позитивні зміни. Так, наприклад, із ратифікацією Угоди про асоціацію з Європейським Союзом у 2014 році можемо говорити про початок нової ери гендерної політики ЄС на Україні [13].

Наступним кроком стало затвердження Кабінетом Міністрів України «Державної програми забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2016 року» [14], метою якої стало впровадження гендерних підходів до усіх галузей життя українського народу. Окрім того, цього ж року проблема рівноправ'я обох статей в державних структурах була включена до «Стратегії розвитку державного управління на період 2016-2020 років» [15].

Місією цього документа стало створення ефективної системи адміністративного

управління, яка мала відповідати механізмам державного управління ЄС, та здатна була б формувати та здійснювати комплексну державну політику, спрямовану на сталий соціальний розвиток та адекватну реакцію з боку всіх представників національного суспільства на всі внутрішні та зовнішні виклики, а також надавати громадянам якісні державні послуги та забезпечувала б оптимальне використання державних фінансів з цього напрямку.

У серпні цього ж року Міністерством соціальної політики був представлений проект Концепції Державної програми забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків вже на період до 2021 року, але затвердили його не весною 2017 року, як планувалося напередодні, а тільки 11 квітня 2018 року [16].

Таким чином, цим програмним документом передбачалося [17]:

- 1) розширення та поглиблення чинної нормативно-правової бази з цього напрямку;
- 2) включення так званого «гендерного компонента» до різноманітних програм соціально-економічного розвитку українського суспільства;
- 3) оновлення, вдосконалення та подальший розвиток механізму правової експертизи гендерних питань;
- 4) оновлення та розширення переліку статистичних індексів, диференційованих за статтю;
- 5) зменшення гендерного дисбалансу у галузях державної служби та адміністрування людськими ресурсами (зокрема, розробка та впровадження курсів підвищення кваліфікації для державних службовців та інших посадових осіб місцевих органів влади з питань гендерного рівноправ'я, збалансування забезпечення та задоволення можливостей та потреб представників обох статей рівномірно тощо);
- 6) вдосконалення інструментів щодо реалізації права на захист від дискримінації за ознакою біологічної статі;
- 7) запровадження гендерної інтеграції до різноманітних програм реформ тощо.

Іншою позитивною дією, яку реалізував уряд нашої держави задля забезпечення та підтримки гендерного балансу в українському суспільстві стала розробка «Стратегії впровадження гендерної рівності та недискримінації у сфері освіти «Освіта: гендерний вимір – 2020», яка стала першим офіційним документом, що визначив ключові принципи, цілі, мету, цільові аудиторії, галузі імплементації та реалізації державної політики з гендерного балансу та недискримінації в освітньо-наукових процесах [18].

Разом з цим, вивчаючи у даному підрозділі впровадження гендерної стратегії саме ЄС на Україні, не можемо не згадати про інші міжнародні документи всесвітньої значущості,

які значною мірою посприяли встановленню гендерного балансу в нашому суспільстві.

До них слід віднести зокрема розпорядження Кабінету Міністрів України № 113-р від 24 лютого 2016 року про затвердження Національного плану дій щодо виконання резолюції Ради Безпеки ООН 1325 «Жінки, мир, безпека» на період до поточного, тобто 2020-го року [19].

Попри те, що цей план мав стати свого роду «каталізатором» всіх процесів та дій, що мали сприяти реалізації узгоджених заходів з цього напрямку, які мали впроваджувати та координувати різноманітні спеціалізовані структури, очікувано позитивних оцінок та схвалення з боку провідних українських експертів з цієї галузі він не отримав.

Такий певного роду парадокс був обумовлений низкою аспектів, головними з яких стали наступні:

1) Цей документ із самого початку мав рекомендаційний, а не є обов'язковий характер, оскільки вищезазначена постанова з боку влади лише пропонує, а не вимагає його забезпечення місцевими національними органами влади, Державною судовою адміністрацією та Службою безпеки тощо;

2) У тексті документу не йшлося про загальну необхідність оприлюднення щорічних результатів його виконання. Це згодом призвело до того, що всі навіть зроблені звіти захищалися на полицях архівів спеціалізованих українських відомств, як от Міністерства соціальної політики та Кабінету Міністрів.

3) План передбачав реалізацію 49 заходів, але через наявність серед визначених джерел фінансування досить загальної категорії «інших джерел» (фінансування), з самого початку стимулювала появу сумнівів щодо їх належної реалізації на практиці.

4) Ці експертні побоювання згодом підтвердилися, обумовлені головним чином співвідношення ресурсів, що мали надходити з кожного визначеного планом фінансового джерела: з державного бюджету – 3,2%, з місцевих бюджетів – 29,75%, з інших джерел – 67,05%.

Останній аспект, зокрема, є одним з найголовніших «болів» з боку нашої влади щодо реалізації гендерної політики та значною мірою обумовлює недосконалість її визначення й реалізації донині.

Так, наприклад, у порівнянні з державним «внеском» у розвиток цього виду політики, маємо визнати безперечність того, що переважну більшість гендерних проєктів фінансує або ЄС, або інші міжнародні організації світу, що, власне, і було черговий раз підкреслено цим планом.

До цих структур відносяться:

1) Агентство США з міжнародного розвитку (USAID);

2) Ізраїльська агенція з розвитку міжнародного співробітництва (MASHAV);

3) Канадське агентство міжнародного розвитку (CIDA);

4) Шведське агентство міжнародного розвитку (SIDA);

5) Швейцарське бюро співробітництва (ШАРС/SDC);

6) посольства країн-членів ЄС та інших держав світу (Австрії, Великобританії, Данії, Нідерландів, Норвегії, Німеччини, Фінляндії, Японії, і т.д.);

7) низка недержавних фондів (Генріха Бьоля, Фрідріха Еберта та інші).

Але все ж таки саме ЄС у період з 1995 по 2014 роки забезпечив Україну найбільшим обсягом технічної та гуманітарної допомоги, спрямованої на досягнення рівноправ'я між представниками обох статей.

Окрім того, впродовж 2008-2011 років він виділив 14 мн євро Програми розвитку ООН (ПРООН), Міжнародній організації праці (МОП), Дитячому фонду ООН (ЮНІСЕФ) та Раді Європи задля реалізації ними проєктів, метою яких є забезпечення рівних прав та можливостей для жінок та чоловіків з усіх сфер по всьому світові, в тому числі на теренах й нашої Батьківщини [20].

До того ж саме ці організації та фонди найчастіше виступають в якості «інших джерел» фінансування впровадження гендерної політики в українському суспільстві, про що, власне і йде мова у Національному плані дій на 2016-2020 роки.

До того ж, окрім всіх вищезазначених документів не можемо не згадати про проєкт Спільну декларацію за результатами саміту Східного партнерства у Брюсселі (листопад 2017 року), яка черговий раз актуалізувала прихильність країн-членів ЄС до просування рівності між чоловіками і жінками і сприяння розширенню можливостей жінок у всіх напрямках їхньої життєдіяльності [21].

Також в ній був зроблений акцент на зосередженні інтересів світового суспільства на важливості створення активного громадянського світового суспільства та забезпечення гендерної рівності для вивільнення повного економічного і соціального потенціалу цього суспільства, що своєю чергою зумовить повсюдне прискорення економічного розвитку і зміцнення соціальної згуртованості всіх народів XXI століття (п. 5).

Текст цього нормативного акту своєю чергою базується на загальному робочому документі «Східне партнерство – 20 результатів до 2020 року. Зосереджуючись на ключових пріоритетах і реальних результатах» (останнє оновлення відбулося в червні 2017 року) [22].

Головна заслуга цієї загальної доповіді всіх країн-учасниць ЄС, полягає в тому, що вона, увібравши думки представників їхніх урядів

щодо розвитку гендерної політики як серед них, так і держав, які не є членами цього міжнародного об'єднання, чітко визначила основні вектори розвитку даного напрямку для країн Східного партнерства, до яких відноситься і наша країна.

До того ж важливо відзначити, що сама тематика гендерної рівності в цьому документі була не виділена в якості окремої «підцілі», як це дуже часто робиться в низці нормативно-правових актів чи рекомендацій, а є наскрізною, першочерговою метою всього цього документа, що само по собі дозволяє говорити про розуміння важливості інтеграції гендерного підходу в позначені документом сфери для кожної з країн, які відносять до так званого розширення ЄС.

І, продовжуючи дослідження гендерної політики ЄС в Україні не можемо не пригадати останніх подій, імplementованих в нашій державі за підтримки цієї міжнародної структури.

Так, наприклад, 1 травня поточного року представники поліції, а також Міністерства внутрішніх справ України, які є фахівцями з імplementації заходів щодо запобігання та протидії домашньому насильству, взяли участь в онлайн-семінарі з питань протидії сексуальному та гендерному насильству, а також насильству над дітьми під час поточного загальносвітового карантину XXI століття, спричиненого пандемією Covid-19 [23].

Цей захід є зумовленим підвищенням рівня дій психологічного, економічного, сексуального та фізичного характеру, одним словом – домашнього насильства у всіх його різноманітних формах та видах і, відповідно, ще більшої поточної уразливості жінок та дітей до нього в тих умовах, що склалися, в тому числі, і в Україні.

Семінар був організований за участю міжнародних експертів, трьох співробітниць правоохоронних органів (Сарі Раутарінти з Фінляндії, Светли Петрової з Болгарії та Катажини Цигал з Польщі), а також експерта з питань прокуратури (Паоло Палаццо з Італії) за особистісним запрошенням та запитом Катерини Павліченко, заступниці міністра внутрішніх справ, Національної поліції (НПУ), а також Консультативної місії ЄС в Україні (КМЄС).

Таким чином, протягом цієї міжнародної двогодинної онлайн-консультації фахівці поділилися своїм баченням проблеми з аудиторією, проаналізувавши рівень загострення або, навпаки, зниження рівня «проблемності» цієї ситуації в країнах-членах ЄС, а також поділившись особистісним професійним досвідом та спостереженнями щодо того, як поліція та судова система їхніх країн діє за таких умов та адаптується до протидії домашньому насильству під час

карантинних обмежень та вимушеної ізоляції людей.

Отже, у результаті багатостороннього міжнародного діалогу як закордонні, так і вітчизняні експерти дійшли висновків про те, що:

1) Ситуацію щодо домашнього насильства стало складніше відстежувати та фіксувати за умов, що склалися, і, відповідно, своєчасно реагувати на неї;

2) Міжнародні загальноєвропейські правоохоронні органи та поліція кожної з країн-членів ЄС максимальних зусиль задля продовження боротьби з цим негативним явищем та підвищення механізмів щодо протидії йому у якомога скоріші терміни;

3) В одних європейських країнах згідно з чинними відомостями (звертання громадянок) рівень домашнього насильства значно зменшився, а в інших, напроти, – значно підвищився. Між тим через вже зазначені об'єктивні складнощі відстежування цих випадків, обумовлені карантинном, сьогоденну статистику зменшення або збільшення цих випадків не можна вважати якісною та точною [24].

Позитивним кроком України з цього напрямку ми вважаємо створення спеціальної гарячої лінії для повідомлення про домашнє насильство. Таким чином, наразі, усі громадяни та громадянки нашої держави, які потребують фахову юридичну та психологічну допомогу фахівців через особистісний досвід цього негативного явища, можуть телефонувати на номер 1547. Паралельно з цим продовжує свою невпинну роботу з цього ж напрямку міжнародна громадська організація, яка «La strada» має свій офіс на території України та власну гарячу лінію спеціально задля розв'язання цих питань протягом вже кількох років [24].

Однак інформація, яку наразі надає цей міжнародний суб'єкт не є позитивною для українського суспільства – фахівці сповіщають, що кількість дзвінків з приводу домашнього насильства зростає щонайменше на 20% з моменту початку карантину.

**Висновки.** Таким чином, проаналізувавши основні ідеї та цінності гендерної рівності ЄС на різноманітних прикладах як законодавчого, так і практичного втілення у нашій країні та частково інших, можемо зробити наступні висновки щодо нашого дослідження:

1) новий рекомендаційний документ цього міжнародного об'єднання (Стратегії гендерної рівності Ради Європи 2018-2023) не просто «увібрав» досягнення першого однойменного документа Ради Європи 2014-2017 років, а й значно розширив спектр визначених попередньо проблем, що своєю чергою зумовило появу цілі про захист прав мігрантів та шукачів притулку жіночої статі, адже остання проблема набула особливої актуальності наразі й потребує термінового вирішення і в Україні;

2) окрім як ніколи актуальної проблеми жінок та дітей-мігрантів, а також інших зазначених небезпек стосовно жінок, відповідно до завдань кожної цілі зрозумілим стає те, що першочерговою та найгострішою проблемою як для країн Європи, так і всього світу загалом залишається все ж таки проблема домашнього жіночого та дитячого насильства, обумовлена значною мірою недостатньо сформованою єдиною законодавчою базою регулювання щодо покарання за скоєння злочинів з цього напрямку, а також недостатньої інформаційної бази та найчастіше навмисно прихованої статистики;

3) усі країни-члени ЄС продовжують невпинну роботу з напрямку встановлення, збереження, підтримки та законодавчого закріплення гендерної рівності чоловіків та жінок ХХІ століття з усіх сфер, однак й досі потребуються чимало зусиль як провідних експертів Європи, так і всієї світової наукової спільноти і громадськості зокрема задля найскорішого розв'язання більшості проблем з цього напрямку;

4) попри те, що основні ідеї та цінності гендерної рівності політики ЄС є визначеними у низці його положень, рекомендацій та зводі законопроектів, на практиці ставлення країн до виконання їх є різним. Так, наприклад, економічно- та політично-передові держави часто є найбільш дискримінаційними стосовно їх громадян, про що яскраво свідчать відомості звіту ЄІПР за минулий рік і, нашого графіку, відповідно;

5) між тим країни саме цього міжнародного об'єднання є зразковими для всієї міжнародної спільноти з імплементації

найкращих за результатами стратегій, які дозволяють просувати політику рівноправ'я чоловіків та жінок на всіх рівнях:

6) як яскраво свідчать нещодавні події вже поточного року ЄС прагне, як і раніше, просування та закріплення своїх гендерних практик та цілей у першу чергу на загальнозаконодавчому рівні, оновлюючи стратегії та повноваження всіх своїх структур задля впровадження цього;

7) зрозумілим і, поки що, на жаль, не вирішеним залишається той факт, що всіх цих теоретично-юридичних імплементацій дуже замало для реальних змін у житті. Тож працювати в цьому секторі варто вже більш зміцнюючи акцент на практичне втілення прописаних директив, законоположень, рекомендацій тощо;

8) відлік становлення гендерної політики на території нашої країни можна розпочинати починаючи з 90-х років минулого століття, тобто починаючи з розпаду СРСР і становлення нашої Батьківщини як повноцінного, незалежного і суверенного актора міжнародних відносин нової «пострадянської» геополітичної мапи світу;

9) в умовах світової пандемії, спричиненої COVID-19, рівень домашнього насильства різноманітних видів та форм стосовно дітей та жінок в деяких країнах-членах та нечленах ЄС знизився, а в деяких – підвищився. На жаль, наша країна поки що потрапляє до другої категорії, але автори цієї роботи щиро сподіваються, що із завершенням карантину, що спричинив вимушену ізоляцію людей, ця негативна тенденція завершиться.

## GENDER POLICY OF THE EUROPEAN UNION IN UKRAINE: NEW TRENDS AND CONSTANT CHALLENGES

**Nadiya Kazakova**, Ph. D (Geographical Science), Associate Professor, Head of the chamber International Economic Relations by Artur Golikov, V.N. Karazin Kharkiv National University, Svobody, 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: kazakovan@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4592-1466>

**Olha Bulhakova**, student, V.N. Karazin Kharkiv National University, Svobody, 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: olgabulhakova199@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0077-6728>

This article is devoted to identifying new trends and constant challenges of the EU's gender policy in Ukraine, which has become especially relevant and even inevitable in the context of the post-pandemic global crisis provoked by the spread of the coronavirus COVID-19. The subject of research in the article is the external and internal steps taken by the authorities to implement gender equality in all spheres of life of the Ukrainian people, from the 90s of the last century to the present day. The purpose of this work is to analyze the main stages of the European Union's gender policy in Ukraine and determine the main ways of its implementation at the economic, legal, social, scientific, and educational levels. Objectives: to draw analogies and identify the main differences in the implementation of various mechanisms of gender equality in our state and the EU member states; carry out a detailed analysis of the key gender milestones and concepts embodied in the European Neighbourhood Policy (ENP); trace the dynamics and main trends of gender ratings in Ukraine based on the Global Gender Gap Report and consider the prospects for overcoming any manifestations of gender inequality in our state with personal recommendations for their elimination. The general scientific methods that were used in this work are as follows: historical – for a clear chronology of certain phenomena of the international arena, which influenced the development of gender policy in Ukraine in a variety of ways; comparative and content analysis – to highlight the main trends in the development of equality between representatives of both sexes and different genders in the EU countries (taken as a model in this case) and in our country, taking into account the peculiarities of the mentality and the so-called "psychological" genotype of each of the selected peoples. The results obtained: the EU gender policy in Ukraine is a component of

the social policy of our state and that is why it is still insufficiently supported by a number of leading institutions of national importance. Conclusions: the actualization of the issue of gender equality in our country is explained at the moment by two main factors - an increase in the number of suicides among males as a result of the psychological and economic crisis caused by the consequences of the COVID-19 pandemic, and a significant "jump" in such a phenomenon as domestic violence due to the spread of the above-mentioned infection; it is necessary to introduce national educational programs to disseminate academic knowledge regarding gender equality issues among all clusters of Ukrainian society, especially among children, youth and the elderly, who are usually considered to be the most vulnerable categories of the population in any country.

**Key words:** gender, gender policy, Europe, EU, feminization, international relations, Strategy of gender equality.

### **ГЕНДЕРНАЯ ПОЛИТИКА ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА В УКРАИНЕ: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПОСТОЯННЫЕ ВЫЗОВЫ**

**Казакова Надежда Артуровна**, канд. геогр. наук, доцент, зав. каф. международных экономических отношений им. Артура Голикова, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: kazakovan@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4592-1466>

**Бугакова Ольга Алексеевна**, студентка, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: olgabulgakova199@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0077-6728>

Статья посвящена определению новых тенденций и постоянных вызовов гендерной политики ЕС в Украине, что стало особенно актуальным и даже неизбежным в условиях пост-пандемического глобального кризиса, спровоцированного распространением коронавируса COVID-19. Предметом исследования в статье выступают внешние и внутренние шаги со стороны власти по воплощению гендерного равноправия во всех сферах бытия украинского народа, начиная с 90-х годов прошлого века и до сегодняшнего дня. Цель данной работы заключается в анализе основных этапов гендерной политики Европейского Союза в Украине и определению основных путей ее внедрения на экономическом, правовом, социальном и научно-образовательном уровнях. Задачи: провести аналогии и определить главные различия по имплементации различных механизмов гендерного равенства в нашем государстве и странах-членах ЕС; осуществить детальный анализ ключевых гендерных вех и концептов, заложенных в Европейской политике соседства («ЕПС»); проследить динамику и основные тенденции гендерных рейтингов Украины на основании Глобального отчета о гендерном разрыве и рассмотреть перспективы преодоления любых проявлений гендерного неравенства в нашем государстве с изложением личностных рекомендаций по их устранению. Общенаучные методы, которые были использованы в этой работе являются следующими: исторический – для четкой хронологизация тех или иных явлений международной арены, которые самым различным образом влияли на развитие гендерной политики в Украине; компаративный и контент-анализ – для выделения основных тенденций развития равноправия между представителями обоих полов и разных гендеров в странах ЕС (взятых в данном случае за образец) и в нашем государстве с учетом особенностей менталитета и так называемого «психологического» генотипа каждого из выбранных народов. Получены следующие результаты: гендерная политика ЕС в Украине является составляющей социальной политики нашего государства и именно поэтому до сих пор остается недостаточным образом поддерживаемой рядом ведущих институтов общенационального значения. Выводы: актуализация проблематики гендерного равноправия в нашей стране объясняется на данный момент двумя главными факторами – ростом числа самоубийств среди представителей мужского пола в результате психологически-экономического кризиса, обусловленного последствиями пандемии COVID-19 и значительного «скачка» такого явления как домашнее насилие вследствие распространения уже указанной инфекции; необходимо введение общегосударственных образовательных программ по распространению академических знаний касательно проблематики гендерного равноправия среди всех кластеров украинского общества, особенно среди детей, молодежи и пожилых людей, которых принято относить к наиболее уязвимым категориям населения в любой стране.

**Ключевые слова:** гендер, гендерная политика, Европа, ЕС, международные отношения, Стратегия гендерного равенства, феминизация.

---

#### **Література**

1. Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 08.09.2005 № 2866-IV. URL: <https://cutt.ly/LynDc00> (дата звернення: 17.04.2021)
2. Ганзицька Т. С. Гендерна політика в Україні: теоретико-правова характеристика. *Форум права*. 2012. № 4. С. 189-193. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP\\_index](http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index). (дата звернення: 20.04.2021)
3. Найдич М. А. Гендерна проблематика у політиці Європейського Союзу. 2012. С. 195-200
4. Kisselyova O. Gender Implications of the European Union – Ukraine Trade Relations. 2007. P. 2
5. Державна фіскальна служба України (2021) Європейська політика сусідства та потенціал нової Посиленої угоди Україна – ЄС як чинники європейської інтеграції України. URL: <https://cutt.ly/Ub6NUwX> (дата звернення: 25.04.2021)
6. План дій «Україна – Європейський Союз». Верховна Рада України. URL: <https://cutt.ly/YunGszD>

7. European neighbourhood and partnership instrument (2006) Ukraine. Country strategy paper 2017-2013. P.2
8. World Economic Forum. URL: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/rankings/> (Last accessed: 17.04.2021)
9. Top Ten. URL: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/top-ten/> (Last accessed: 1.05.2021)
10. The Global Gender Gap Report 2013. P. 8
11. Індекс гендерного розриву: в Україні та світі. Київський політехнік. URL: <https://kpi.ua/2019-kp8-2> (дата звернення: 5.05.2021)
12. Global Gender Gap Report 2020. URL: <https://cutt.ly/zynLx26> (Last accessed: 7.05.2021)
13. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. Верховна Рада України. URL: <https://cutt.ly/EynVxRQ> (дата звернення: 8.05.2021)
14. Державна програма забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2016 року. Gender Museum. URL: <http://gender.at.ua/load/1-1-0-201> (дата звернення: 5.04.2021)
15. Стратегія реформування державного управління України на 2016-2020 роки. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/pras/249175778> (дата звернення: 15.05.2021)
16. Урядом затверджено Державну соціальну програму забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2021 року. Урядовий портал. URL: <https://cutt.ly/gynKqIA> (дата звернення: 18.05.2021)
17. Державна соціальна програма забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2021 року. Урядовий портал. URL: <https://cutt.ly/gynKtBF> (дата звернення: 20.05.2021)
18. «Стратегія впровадження гендерної рівності та недискримінації у сфері освіти «Освіта: гендерний вимір – 2020». Всеосвіта. URL: <https://cutt.ly/HynKg7k> (дата звернення: 30.04.2021)
19. Про гендерну політику в Україні. Всеукраїнська мережа осередків гендерної освіти. URL: <https://cutt.ly/CynKbCG> (дата звернення: 7.05.2021)
20. Стратегія реформування державного управління України на 2016-2020 роки. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/pras/249175778> (дата звернення: 8.05.2021)
21. Совместная декларация Саммита Восточного партнерства. Представительство Европейского союза в Беларуси. URL: <https://cutt.ly/yunLqC8> (дата обращения: 17.05.2021)
22. На равных? Как Украина решает вопросы гендерного равенства. Рада зовнішньої політики «Українська призма». URL: <https://cutt.ly/RynLt5V> (дата обращения: 18.05.2021)
23. Домашнее насилие та карантин: в умовах обмежень проблема загострюється. EUAM Ukraine. URL: <https://cutt.ly/KynLaux> (дата звернення: 12.05.2021)
24. ГО «Ла Страда-Україна». URL: <https://cutt.ly/GynLlv9> (дата звернення: 10.05.2021)

## References

1. Закон України «Pro zabezpechennja rivnih prav ta mozhливостей zhinok i cholovikiv» vid 08.09.2005 № 2866-IV [Law of Ukraine "On ensuring equal rights and opportunities for women and men" dated 08.09.2005 No. 2866-IV]. Available at: <https://cutt.ly/LynDc00> (accessed (17.04.2021)) (in Ukrainian)
2. Ganzыcka T. S. (2012) Genderna polityka v Ukraini: teoretyko-pravova charakterystyka [Gender Policy in Ukraine: Theoretical and Legal Characteristics]. Forum prava. № 4. P. 189-193. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP\\_index](http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index). (accessed (20.04.2021)) (in Ukrainian)
3. Najdych M. A. (2012) Genderna problematyka u polityci Jevropejskogo Sojuzu [Gender Problems in the Policy of the European Union]. P. 195-200 (in Ukrainian)
4. Kiselyova O. (2007) Gender Implications of the European Union – Ukraine Trade Relations. P. 2
5. State Fiscal Service of Ukraine (2021) Jevropejska polityka susidstva ta potencial novoi Posylenoi ugody Ukraina – JeS jak chynnyky jevropejskoi integracii Ukrai'ny [European Neighborhood Policy and the potential of a new enhanced Ukraine-EU-EU-Ukraine factors as factors in the European integration of Ukraine]. Available at: <https://cutt.ly/Ub6NUwX> (accessed (25.04.2021)) (in Ukrainian)
6. Verkhovna Rada of Ukraine (2005) Plan dij «Ukraina – Jevropejskij Sojuz» [Action Plan "Ukraine - European Union"]. Available at: <https://cutt.ly/YynGszD> (accessed (26.04.2021)) (in Ukrainian)
7. European neighbourhood and partnership instrument (2006) Ukraine. Country strategy paper 2017-2013. P.2
8. World Economic Forum (2016) Available at: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/rankings/> (accessed (17.04.2021))
9. Top Ten (2016) Available at: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/top-ten/> (accessed (1.05.2021))
10. The Global Gender Gap Report (2013) P.8
11. Kiev Polytechnic (2019) Indeks gendernogo rozryvu: v Ukraini ta sviti [The index of gender gap: in Ukraine and the world]. Available at: <https://kpi.ua/2019-kp8-2> (accessed (5.05.2021)) (in Ukrainian)
12. Global Gender Gap Report (2020). Available at: <https://cutt.ly/zynLx26> (accessed (7.05.2021))
13. Verkhovna Rada of Ukraine (2015) Uгода pro asociaciju mizh Ukrainoju, z odniji storony, ta Jevropejskym Sojuzom, Jevropejskym spivtovarystvom z atomnoi energii' i ihnimy derzhavamy-chlenamy, z inshoi storony [Association Agreement between Ukraine, on one side, and the European Union, the European



Community of Atomic Energy and their Member States, on the other party]. Available at: <https://cutt.ly/EynVxRQ> (accessed (8.05.2021)) (in Ukrainian)

14. Gender Museum (2013) Derzhavna programa zabezpechennja rivnyh prav ta mozhlyvostej zhinok i cholovikiv na period do 2016 roku [State program for ensuring equal rights and opportunities for women and men for the period until 2016]. Available at: <http://gender.at.ua/load/1-1-0-201> (accessed (5.04.2021)) (in Ukrainian)

15. Government portal (2016) Strategija reformuvannja derzhavnogo upravlinnja Ukrainy na 2016-2020 roky [Strategy for reforming the public administration of Ukraine for 2016-2020]. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249175778> (accessed (15.05.2021)) (in Ukrainian)

16. Government portal (2018) Urjadom zatverdzheno Derzhavnu socialnu programu zabezpechennja rivnyh prav ta mozhlyvostej zhinok i cholovikiv na period do 2021 roku [The Government approved a state social program to ensure equal rights and opportunities for women and men for the period up to 2021]. Available at: <https://cutt.ly/gynKqIA> (accessed (18.05.2021)) (in Ukrainian)

17. Government portal (2018) Derzhavna socialna programa zabezpechennja rivnyh prav ta mozhlyvostej zhinok i cholovikiv na period do 2021 roku [State Social Program for ensuring equal rights and opportunities for women and men for the period up to 2021]. Available at: <https://cutt.ly/gynKtBF> (accessed (20.05.2021)) (in Ukrainian)

18. Vseosvita (2018) «Strategija uprovadzhenja gendernoї rıvnosti ta nedyskryminacii u sferi osvity «Osvita: gendernyj vymir – 2020» ["Strategy for the introduction of gender equality and non-discrimination in the field of education" Education: gender dimension - 2020 "]. Available at: <https://cutt.ly/HynKg7k> (accessed (30.04.2021)) (in Ukrainian)

19. All-Ukrainian network of gender centers (2017) Pro gendernu polityku v Ukraini [About Gender Policy in Ukraine]. Available at: <https://cutt.ly/CynKbCG> (accessed (7.05.2021)) (in Ukrainian)

20. Government portal (2016) Strategija reformuvannja derzhavnogo upravlinnja Ukrainy na 2016-2020 roky [Strategy for reforming the public administration of Ukraine for 2016-2020]. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249175778> (accessed (8.05.2021)) (in Ukrainian)

21. Representation of the European Union in Belarus (2017) Sovmestnaja deklaracyja Sammyta Vostochnogo partnerstva [Joint Declaration of the Eastern Partnership Summit]. Available at: <https://cutt.ly/yynLqC8> (accessed (17.05.2021)) (in Russian)

22. Board of Foreign Policy "Ukrainian Prism" (2016) Na ravnyh? Kak Ukraina reshaet voprosy gendernogo ravenstva [On equal? How Ukraine solves gender equality issues] Available at: <https://cutt.ly/RynLt5V> (accessed (18.05.2021)) (in Russian)

23. EUAM Ukraine (2020) Domashnje nasylstvo ta karantyn: v umovah obmezhen problema zagostrjujetsja [Homemade violence and quarantine: In conditions of restrictions, the problem is exacerbated]. Available at: <https://cutt.ly/KynLaux> (accessed (12.05.2021)) (in Ukrainian)

24. Public Organization «La Strada-Ukraina» (2021). Available at: <https://cutt.ly/GynLlv9> (accessed (10.05.2021)) (in Ukrainian)

Статтю отримано 26 грудня 2020 р.

## УГОРСЬКО-РУМУНСЬКІ ВІДНОСИНИ ТА ДІЯЛЬНІСТЬ ВЕНЕЦІАНСЬКОЇ КОМІСІЇ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ НАЦІОНАЛЬНИХ МЕНШИН ТРАНСИЛЬВАНІЇ\*

**Лиман Сергій Іванович**

доктор іст. наук, професор  
кафедра туристичного бізнесу та країнознавства  
Харківській національній університет імені В. Н. Каразіна  
м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022  
e-mail: limans@ukr.net  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4965-0288>

**Ангеліс Єлизавета Олександрівна**

студентка  
кафедра туристичного бізнесу та країнознавства  
Харківській національній університет імені В. Н. Каразіна  
м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022  
e-mail: anhelis.yelyzaveta@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9009-2874>

На сучасному етапі особлива увага дослідників приділяється пошуку причин виникнення міждержавних та міжетнічних суперечностей. Законодавчі проекти певних держав можуть істотно вплинути на положення національних меншин та стати об'єктом моніторингу з боку міжнародних організацій. Метою статті є аналіз етапів історії та сучасного стану угорсько-румунських відносин, досвіду політичного та культурного співіснування двох етносів у Трансильванському регіоні, причини, особливостей та головних напрямів діяльності Венеціанської комісії у вирішенні проблем національних меншин у Трансильванії. Методи, які застосовувалися для досягнення мети дослідження: історико-порівняльний аналіз, систематизація та узагальнення, ретроспективний метод. У статті доведено, що румунська Трансильванія має історично обумовлені риси мовної й культурної специфіки та є одним з регіонів Європи, в якому активність угорської національної меншини привертає увагу Венеціанської комісії. Результати аналізу свідчать, що Венеціанська комісія виконує роль юридичного інструменту врегулювання суперечностей, виникаючих на підставі неправомірного викладу законів, які дискримінують ті чи інші права, національні інтереси певних держав або етнічних груп. Вирішення угорсько-румунської проблеми після ухвалення Закону Угорщини про угорців, які проживають у сусідніх країнах є показовим прикладом успішної та оперативної діяльності Венеціанської комісії, яка в результаті зможе мінімізувати ризик появи міждержавної та міжетнічної напруги в Європі. Аналіз, викладений у пропонуваній статті, дозволить з'ясувати, які наслідки можуть мати, з одного боку, обмеження на різних етапах історії прав національних меншин, зокрема сфери використання їх мов, з іншого – варіанти подальшого динамічного розвитку народів і країн у разі прийняття розумних компромісів.

**Ключові слова:** Румунія, Угорщина, Трансильванія, міжнародні відносини, конфліктогенність, Венеціанська комісія.

**Постановка проблеми.** Державні гімни Угорщини та Румунії лунають по-різному. Але в їх повних, а не скорочених текстах святим символом батьківщини однаково названо Карпати. «Őseinket felhozád Kárpát szent bércére ...», – співають угорці [1]. «Și oarba neunire la Milcov și Carpați ...», – вторять їм румуни [2]. Улюблені тексти гімнів владно пронизують серця угорців і румун, як ці самі Карпати – їх території. При цьому південний загин Карпат майже

збігається з кордоном історичної області Трансильванії. Тут компактно проживають представники обох народів, в історичну пам'ять яких вписані не зовсім однакові оцінки одних і тих же політичних подій.

В сучасних глобалізаційних умовах все більшої актуальності набуває проблема міжетнічних протистоянь, що викликані протилежними інтересами, цінностями, традиціями етнічних груп, які зазвичай

\* **Cite as:** Lyman, S., Anhelis, Y. (2021). Hungarian-Romanian Relations and the Activities of the Venice Commission in Solving the Problems of National Minorities in Transylvania, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, 13, 18-25. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-02>.

пов'язані між собою територіально. У зв'язку з цим в Європі особлива увага приділяється законодавчим проектам певних держав, положення яких нерідко порушують права й свободи нацменшин, стаючи підставою виникнення міждержавних та міжетнічних суперечностей. Для вирішення такого роду проблем у 1990 році було створено дорадчий орган Ради Європи – Європейську комісію за демократію через право (далі – Венеціанська комісія). У своїй діяльності Венеціанська комісія спирається на імперативні принципи міжнародного права, дотримуючись прав і основних свобод людини, верховенства закону та демократичних норм життя. До кола обов'язків Венеціанської комісії відносяться вироблення пропозицій та рекомендацій для вирішення законодавчих питань, проведення досліджень, оприлюднення юридичних висновків, які відображають загальноєвропейські стандарти та цінності, організація конференцій та зустрічей з представниками країн-членів Ради Європи, а також з третіми державами [21]. Комісія представляє собою європейську платформу для обговорення питань, пов'язаних з конституційним правом, тому її рішення носять консультативний та рекомендаційний характер і формально не є обов'язковими до виконання. Але ж на практиці ігнорування пропозицій Венеціанської комісії може призвести до критики з боку європейської спільноти, що може супроводжуватись гальмуванням двосторонньої та багатосторонньої співпраці з певною країною.

В регіоні Центрально-Східної Європи одним з ключових джерел конфліктогенності виступає угорська нацменшина, яка проживає у сусідніх країнах від Угорщини, а саме в Румунії, Словаччині, Сербії та Україні. Коріння цієї проблеми йдуть глибоко в історію, і безпосередньо пов'язані з перерозподілом земель без урахування етнічного кордону. Оскільки найбільша частина етнічних угорців в Європі поза межами своєї історичної Батьківщини зосереджена в Румунії, відносини цієї країни з Угорщиною приречені на те, щоб політики в Бухаресті та Будапешті уважно враховували положення та статус угорської національної меншини в Трансильванії. Водночас будь-які утиски румунських угорців чи певні необережні правові дії угорської влади, які в сусідніх країнах, можуть трактуватися як створення сепаратистських рухів, не залишаються та не залишаться поза уваги Венеціанської комісії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасній науковій літературі розглядалися лише окремі аспекти угорсько-румунських відносин та діяльності Венеціанської комісії у вирішенні проблеми національних меншин. Головним чином автори привертати увагу до історичної

доли Трансильванії та її багатонаціонального населення. Трансильванське питання розглядалося як в узагальнюючих працях, наприклад у найвідомішій в румунськомовному середовищі двотомній праці «Історія румун» І. Ністора [17, р. 291-293, 407-431, 508-526], так й в публікаціях, окремо присвячених триансильванському питанню на різних етапах історичного розвитку. Серед авторів цих публікацій – румунський історик М. Мушат [10], угорський дослідник Ш. Фогель [24, р. 69-87]. Спільним угорсько-румунським науковим проектом є колективна монографія Б. Тренченї, Д. Петреску, К. Петреску, К. Йордачіанда, З. Кантора «Національне будівництво і оспорювані ідентичності: приклади з Румунії та Угорщини», один з розділів якої присвячено безпосередньо аналізу зіткнень ідей прихильників етнічного націоналізму та демократичних цінностей у посткомуністичній Румунії [23, р. 275-291]. Серед науковців пострадянського простору трансильванське питання у двосторонніх відносинах Угорщини та Румунії активно досліджують Т. М. Ісламов, Т. А. Поківайлова, А. С. Стикалін, П. Б. Строгальщиков [4; 12]. У контексті угорсько-французьких відносин та їх впливу на долю угорців Трансильванії цей аспект розглядали С. І. Лиман і А. Ю. Парфіненко [8]. Але всі ці автори не торкалися питання діяльності Венеціанської комісії у вирішенні проблеми національних меншин у Трансильванії, зосереджуючись головним чином на подіях середини та другої половини ХХ ст.

Інша група авторів розглядає значення діяльності Венеціанської комісії у внутрішніх політико-правових процесах відповідно у Румунії та Угорщині, але поза їх увагою залишається майже непоміченим питання положення в цих країнах національних меншин. Серед цих авторів – Й. Нергеліус [18, р. 291-308], Р. А. Курбанов, О. В. Шведкова, А. М. Белялова [7, с. 117-123]. При цьому звертає на себе увагу та обставина, що ці автори навіть не є громадянами Румунії чи Угорщини.

**Метою** пропонованої авторами статі є аналіз етапів історії та сучасного стану угорсько-румунських відносин, досвіду політичного та культурного співіснування двох етносів у трансильванському регіоні, причини, особливостей та головних напрямів діяльності Венеціанської комісії у вирішенні проблем національних меншин у Трансильванії. Такий аналіз дозволить з'ясувати, які наслідки можуть мати, з одного боку, обмеження сфери використання мов і прав національних меншин, з іншого – варіанти подальшого розвитку народів і країн в разі прийняття розумних компромісів, подолання причин міждержавної та міжетнічної напруги.

**Виклад основного матеріалу.** Історія непростих взаємин Румунії та Угорщини

фокусується в історії Трансильванії – регіону, який кожен з двох народів століттями вважав своїм. Для румунів він свій, оскільки входить до складу сучасної Румунії, у давнину був населений племенами їх предків – даків, яких завоювали римляни і заснували тут римську провінцію Дакію. Але й для угорців він – частина національної пам'яті, оскільки угорські завоювання в XI ст. призвели до включення Трансильванії до складу могутнього Угорського королівства [4, с. 56-57]. Після розгрому угорців турками при Мохаче в 1526 р. саме в Трансильванії намагалися створити основу угорської державності. У свою чергу Михайл Хоробрий, представник волоської династії Басарабів, у 1599 р. приєднав Трансильванію до Волощини, у наступному році захопив Молдову та вперше в історії зосередив під своєю владою, хоча і на короткий час, всі три дунайські князівства [18, vol. 1, p. 422-431].

До кінця XVII ст. трансильванські князі визнавали васальну залежність від Порти, а включення цього багатонаціонального регіону до складу Австрійської імперії Габсбургів з часом посилювало тут боротьбу між угорцями, молдавсько-волошким етнічним субстратом, з якого згодом сформувалася румунська нація, і німецькомовними прихильниками імперської централізації, яка супроводжувалася окатоличенням населення і позбавлення його автономних прав. На справедливу думку угорського історика Ш. Фогеля, Трансильванія знаходиться на стику західної та східноєвропейської культур, що відбилося на її багатонаціональному складі (угорці, румуни, німці (сакси) і конфесійної строкатості (католики, лютерани, кальвіністи, православні) [24, р. 69].

У XIX ст. майже одночасно сталися дві доленосні для угорців і румун події. У 1861 р. під тиском Росії і Франції Османська імперія погодилася на створення самостійної Румунської держави. А в 1867 р. Австрійська імперія була перетворена в дуалістичну Австро-Угорщину, східна частина якої (Транслейтанія) цілком належала угорській короні. Трансильванія, як і інші землі цієї частини Австро-Угорщини, відчула на собі істотну мадяризацію: єдиною мовою Транслейтанії оголошувалася угорська, без знання якої неможливо було купити навіть залізничний квиток. Як і вся Австро-Угорщина протягом усього періоду її існування, Трансильванія була ареною міжнаціональної боротьби [4, с. 57-59]. Ця боротьба формувала не тільки у місцевих румунів, а й у правителів сусіднього Румунського королівства бажання об'єднатися.

Плани приєднання Трансильванії виявилися головною причиною вступу Румунії в 1916 р. у Першу світову війну на боці Антанти. Поразка і розпад Австро-Угорщини призвели до Угорської революції 1918 р. – активних військових дій новоствореної Угорської радянської республіки

(1919) проти країн Антанти, зокрема Румунії, що відклало підписання договору з Угорщиною на Паризькій мирній конференції [4, с. 425-432]. Лише після поразки УРР угорська делегація потрапила до Парижу, але не змогла переконати дипломатів Антанти в необхідності збереження «Великої Угорщини» [8, с. 46]. За Тріанонським договором 1920 р. Угорщина втрачала дві третини своєї колишньої території [22, part II], зокрема Трансильванію та частину Східного Банату, які були передані Румунському королівству. На цих теренах компактно мешкало майже 2 млн угорців (найбільші за кількістю угорського населення відокремленні території). Саме Румунія завдяки приєднанню Трансильванії отримала за Тріанонським договором найбільші територіальні прирощення [4, с. 67].

Нова геополітична реальність виявилася для Угорщини важким випробуванням. Угорсько-італійський договір регента М. Хорті і Б. Муссоліні в 1927 р. виводив Угорщину з міжнародної ізоляції, а Віденські арбітражі, проведені під тиском А. Гітлера в 1938 і 1940 рр. спочатку відторгнули на користь Угорщини Південну Словаччину і Підкарпаття, а потім передали Угорщині румунську Північну Трансильванію [4, с. 108-109]. За висловом угорського дослідника Л. Контера саме «розчленування» Угорщини у 1920 р. зумовило те, що своїм «вимушеним» союзником М. Хорті у Другій світовій війні зробив Гітлера [6].

Паризький мирний договір 10 лютого 1947 р. між державами-переможцями і колишніми союзниками Німеччини анулював рішення Віденських арбітражів і повертав Угорщину до кордонів 1920 р. [9, с. 55-57]. Північна Трансильванія знов увійшла до складу Румунії. Етнічні реалії та ідеї «пролетарського інтернаціоналізму» румунської комуністичної влади привели до створення в 1952 р. Муреш-Угорської автономної області у східній Трансильванії. Проте антиугорський курс нового лідера СРР Н. Чаушеску не залишив румунським угорцям надій на збереження автономії: у 1968 р. вона була повністю ліквідована. Не дивно, що сумуючи за цим уламком колишньої трансильванської державності румунські угорці (секеї) виявилися одними з найактивніших противників режиму Чаушеску. Протести у 1989 р. угорців Темішоара на захист пастора Ласло Текеша, який відстоював ідею створення угорської автономії, стали поштовхом до загальнорумунської революції.

Ця революція супроводжувалася численними жертвами, але привела до падіння диктатури Чаушеску та побудови в Румунії демократичного суспільства. Угорщина зробила це мирним шляхом. Однак повернення в демократичну Європу супроводжувалось в 90-тих роках економічною кризою та соціально-політичною нестабільністю посткомуністичних країн. На це

істотно впливало невіршене питання щодо дотримання і захисту прав національних меншин, зокрема угорців.

На сучасному етапі румунські угорці досі залишаються найчисельнішою угорською меншиною в Європі. Від цього фактору багато в чому залежать політичні відносини Угорщини і Румунії, й нерідко в негативному сенсі [15]. Така динаміка зумовлена політикою активного лобювання інтересів етнічних угорців за кордоном з боку діючої угорської влади, яка виділяє бюджетні кошти на впровадження соціально-економічних, культурних, освітніх програм і проектів, націлених на покращення умов життя угорської діаспори. Окрім цього, представники угорських правлячих кіл постійно здійснюють контроль за дотриманням прав угорців поза межами вітчизни, порушуючи у певній мірі право на самостійне регулювання внутрішньодержавних справ інших країн.

На положення угорців Румунії звертав особливу увагу уряд Угорщини на чолі з В. Орбаном, який намагався всіляко підтримати інтереси, права й свободи румунських угорців. Ще в 2001 році угорський уряд ухвалив Закон про угорців, проживаючих за кордоном, в якому наголошувалось про надання переваги громадянам угорського походження при прийомі на роботу, зарахуванні на навчання, а також забезпечення їх соціальними пільгами, медичними послугами на рівні громадян Угорщини. Окрім цього, привілеї стосувалися і сфери туризму, а саме пільг на транспортний проїзд [13].

Закон мав відверті дискримінуючі риси за національною ознакою, тому хвиля осуджень з боку румунської влади була очевидною. З позиції Бухаресту цей закон міг би дестабілізувати внутрішньополітичне життя країни, спровокувавши міжетнічну боротьбу, яка у подальшому змогла би порушити територіальну цілісність Румунії. Для вирішення цього питання в рамках двосторонньої зустрічі на рівні прем'єр-міністрів у липні 2001 року офіційний Будапешт запропонував румунським політикам прийняти схожий законопроект по відношенню до румунської національної меншини на теренах Угорщини. З метою досягнення справедливості румунська сторона звернулася до Європейської комісії за демократію через право (Венеціанської комісії). В результаті ретельного аналізу положень Закону Угорщини про угорців, проживаючих за кордоном, Венеціанською комісією були введені поправки на користь Румунії згідно з європейськими правовими стандартами, які передбачають повагу до культурної різноманітності, добросусідських відносин, суверенності та територіальної цілісності країн, а також добросусідське дотримання договорів (*paşa sunt servanda*). На 48 пленарному засіданні 19-20 жовтня 2001 року Комісія надала звіт щодо бажаних змін закону, в якому основні рекомендації стосувалися наступного:

- Подібні документи повинні обговорюватись та узгоджуватись з країною, на яку поширюються ці положення;

- Односторонні заходи по відношенню до родинних меншин не повинні зачіпати ті сфери суспільного життя, які не передбачені або суперечать іншим нормативно-правовим документам на двосторонньому рівні;

- Адміністративний документ, ухвалений спорідненою державою може лише засвідчувати право його носія на преференції, передбачені чинним законодавством та нормативними актами;

- Пільги можуть надаватися особам, які належать до родинних меншин лише у галузі культури та освіти, оскільки це переслідує мету сприяння укріпленню культурних зв'язків і збереження національної ідентичності в рамках закону;

- Пільговий режим не може бути наданий в інших сферах, окрім освіти і культури, за винятком виняткових випадків [14].

Після цього політичного спору Угорщина і Румунія вступили у нову фазу нормалізації міждержавних взаємин.

У 2010 році угорський парламент презентував міжнародній спільноті оновлений Закон про угорське громадянство, в якому зазначалось, що процедура надання угорського громадянства буде спрощена для громадян, які проживають поза межами Угорщини і мають угорське коріння. У результаті введення закону, за інформацією угорської влади, найбільш активний прийом заяв на отримання громадянства Угорщини проходив у Трансильванії [3, с. 12]. На відміну від Словаччини, румунські лідери висловили досить лояльне ставлення щодо ухвалення цього документу. Це безумовно пояснюється наявністю чинного закону Румунії зі схожими положеннями [19].

Прийнята в 2011 р. нова Конституція змінила назву країни з «Угорської республіки» на «Угорщина». У тексті Основного закону прямо говориться: «Угорщина повинна нести відповідальність за долю угорців, які проживають поза її межами, має сприяти їх виживанню і розвитку» [5, ст. D]. У цьому багато хто бачить завуальовані територіальні претензії до сусідніх держав [12, с. 323- 324].

Нещодавно Угорщина та Румунія знову звернулися до Венеціанської комісії, але вже як країни з солідарними позиціями. Причиною став український закон «Про освіту», що був ухвалений у 2017 році [11]. Невдоволення з боку сусідів України було визвано некоректним формулюванням положень, що обмежують права та свободи національних меншин, зокрема мовні, та не відповідають європейським принципам. Нерівномірна інтеграція осіб, які представляють певні етнічні групи, в

суспільно-політичне життя України спровокувала агресивну реакцію з боку оточуючих держав. Спільна проблема Угорщини і Румунії виступила фактором зближення та консолідації їх дій щодо українського права. Проте відносини між двома країнами мають циклічні тенденції.

Періодично між Румунією та Угорщиною зростає напруга, зумовлена амбітними діями лідерів Угорщини щодо затвердження більш широких прав угорської нацменшини, зокрема права на проголошення національної автономії, подальше розповсюдження та застосування угорської мови в адміністративній та культурній сферах, просування румунських угорців у владні інституції тощо. Такі дії розцінюються румунськими політиками як спроба втручання у внутрішні справи держави. При цьому про «важливість мовної політики», актуальність питання про статус угорської мови в Румунії «в більш широкому контексті процесів історичного примирення і політики сусідства між Румунією і Угорщиною» пишуть сьогодні не тільки угорські, але і румунські автори [16].

У квітні 2020 року був оголошений румунський законодавчий проект стосовно повноцінної автономії Секейського регіону з власною символікою, де підкреслювалося право застосовувати угорську мову в державних установах на рівні з румунською. Ця ініціатива була негласно прийнята Палатою депутатів, але в той же день рішення нижньої палати парламенту Румунії було ліквідоване Сенатом, який підтвердив неправомірність його підписання. Політичні дії Румунії заявляли, що ухвалення цього законопроекту Палатою депутатів було спровоковано Демократичним союзом угорців Румунії за попередньою домовленістю з Соціал-демократичною партією Румунії. Президент Румунії Клаус Йоханніс звинуватив опозицію в «закулісній боротьбі в парламенті за передачу Трансильванії угорцям» [15]. Внаслідок таких заяв і дій дипломатичний конфлікт між двома країнами набрав нових обертів, що в перспективі може призвести до залучення у процес його вирішення європейських інституцій, передусім Венеціанської комісії.

Разом з тим, не слід переоцінювати можливості самої Венеціанської комісії. Як слушно зазначив шведський дослідник Й. Нергеліус, «Венеціанська комісія може

розглядатися як консультативна частина з «М'якою», а не обов'язковою владою» [18, р. 291]. Існує ще один фактор, на який слід звертати увагу: саме той, який угорський дослідник Ш. Фогель назвав «особливими трансильванськими цінностями та традиціями» [24, р. 84]. Дійсно, за багато століть спільного проживання і угорці, і румуни Трансильванії накопичили той духовний і культурний потенціал, який відрізняє одних – від жителів Будапешта, а інших – від жителів Півдня Румунії. Це саме те, про що за результатами соціологічних досліджень цього року писала О. Сарани: «З точки зору сім'ї, гендерних ролей та релігійної практики, цінності угорців, які проживають в Трансильванії, ближче до цінностей румунів, ніж до цінностей угорців, які проживають в Угорщині» [20].

**Висновки.** Таким чином, Венеціанська комісія виконує роль юридичного інструменту врегулювання суперечностей, виникаючих на підставі неправомірного викладу законів, які дискримінують ті чи інші права, національні інтереси певних держав або етнічних груп. Дотримання європейських цінностей та принципів публічного міжнародного права є головною передумовою підтримки стабільності та миру в Європі, тому їх виконання необхідно для ефективного функціонування не тільки організаційних об'єднань (Європейський Союз, Рада Європи), а й для забезпечення міжнародної безпеки. Одним з регіонів Європи, в якому активність національної меншини привертає увагу Венеціанської комісії є румунська Трансильванія. Як територія, що багато століть була спільним домом для румун та угорців й входила до складу різних країн, Трансильванія апріорі має риси мовної й культурної специфіки. Ці реалії, перш за все статус угорської мови, традиційно використовуються політиками з обох боків румунсько-угорського кордону. Вирішення угорсько-румунської проблеми, що виникла на порядку денному після ухвалення Закону Угорщини про угорців, які проживають у сусідніх країнах є показовим прикладом успішної та оперативної діяльності Венеціанської комісії. Реалізація місій Венеціанської комісії підтверджує важливість удосконалення правової грамотності. В результаті це зможе мінімізувати ризик появи міждержавної та міжетнічної напруги.

#### HUNGARIAN-ROMANIAN RELATIONS AND THE ACTIVITIES OF THE VENICE COMMISSION IN SOLVING THE PROBLEMS OF NATIONAL MINORITIES IN TRANSYLVANIA

**Serhii Lyman**, doctor of history sciences, professor. V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: limans@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4965-0288>

**Yelyzaveta Anhelis**, student. V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: anhelis.yelyzaveta@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9009-2874>

At the present stage, researchers pay special attention to finding the causes of interstate and interethnic contradictions. Legislative projects of some states can significantly affect the situation of national minorities and become an object of monitoring by international organizations. The purpose of the article is to analyze the stages of the history and current state of Hungarian-Romanian relations, the experience of political and cultural coexistence of two ethnic groups in the Transylvanian region, the reason, features and main directions of the Venice Commission's activities in solving the problems of national minorities in Transylvania. The following methods are: historical comparative analysis, systematization and generalization, retrospective method. The article shows that the Romanian Transylvania has historically determined features of linguistic and cultural specificity and is one of the regions of Europe in which the activity of the Hungarian national minority attracts the attention of the Venice Commission. The results of the analysis indicate that the Venice Commission plays the role of a legal instrument for resolving contradictions arising from the illegal presentation of laws that discriminate against certain rights, national interests of certain states or ethnic groups. The solution of the Hungarian-Romanian problem after the adoption of the Hungarian Law on Hungarians Living in Neighboring Countries is an illustrative example of the successful and operational activity of the Venice Commission, which, as a result, will be able to minimize the risk of interstate and interethnic tensions in Europe. The analysis presented in the proposed article will make it possible to find out what consequences may have, on the one hand, restrictions at various stages in the history of the rights of national minorities, in particular the use of their languages, on the other hand, options for the further dynamic development of nations and countries in the event of making reasonable compromises.

**Keywords:** Romania, Hungary, Transylvania, international relations, conflict potential, Venice Commission.

### **ВЕНГЕРСКО-РУМЫНСКИЕ ОТНОШЕНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВЕНЕЦИАНСКОЙ КОМИССИИ В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМ НАЦИОНАЛЬНЫХ МЕНЬШИНСТВ ТРАНСИЛЬВАНИИ**

**Лиман Сергей Иванович**, доктор ист. наук, профессор. Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: limans@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4965-0288>

**Ангелис Елизавета Александровна**, студентка. Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: anhelis.yelyzaveta@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9009-2874>

На современном этапе особое внимание исследователей уделяется поиску причин возникновения межгосударственных и межэтнических противоречий. Законодательные проекты ряда государств могут существенно повлиять на положение национальных меньшинств и стать объектом мониторинга со стороны международных организаций. Целью статьи является анализ этапов истории и современного состояния венгерско-румынских отношений, опыта политического и культурного сосуществования двух этносов в Трансильванском регионе, причины, особенностей и главных направлений деятельности Венецианской комиссии в решении проблем национальных меньшинств в Трансильвании. Методы, которые применялись для достижения цели исследования: историко-сравнительный анализ, систематизация и обобщение, ретроспективный метод. В статье показано, что румынская Трансильвания имеет исторически обусловленные черты языковой и культурной специфики и является одним из регионов Европы, в котором активность венгерского национального меньшинства привлекает внимание Венецианской комиссии. Результаты анализа свидетельствуют, что Венецианская комиссия выполняет роль юридического инструмента урегулирования противоречий, возникающих на основании неправомерного изложения законов, дискриминирующих те или иные права, национальные интересы определенных государств или этнических групп. Решение венгерско-румынской проблемы после принятия Закона Венгрии о венграх, проживающих в соседних странах, является показательным примером успешной и оперативной деятельности Венецианской комиссии, которая в результате сможет минимизировать риск появления межгосударственной и межэтнической напряженности в Европе. Анализ, изложенный в предлагаемой статье, позволит выяснить, какие последствия могут иметь, с одной стороны, ограничения на различных этапах истории прав национальных меньшинств, в частности сферы использования их языков, с другой – варианты дальнейшего динамичного развития народов и стран в случае принятия разумных компромиссов.

**Ключевые слова:** Румыния, Венгрия, Трансильвания, международные отношения, конфликтотенность, Венецианская комиссия.

---

#### **Література**

1. Венгерский национальный гимн. URL: <https://mila-hunguide.livejournal.com/49530.html>
2. Гимн Румынии. URL: [http://www.neoland.ru/gn\\_Romania.htm](http://www.neoland.ru/gn_Romania.htm)
3. Затинайко О. І., Павленко В. І., Бочарніков В. П., Свешніков С. В. Політика безпеки та воєнно-політичні відносини Угорщини. *Наука і оборона. Національна і глобальна безпека*. 2014. № 1. С. 8-18.
4. Исламов Т. М., Покивайлова Т. А. Восточная Европа в силовом поле великих держав. Трансильванский вопрос. 1940–1946 годы. М.: Индрик, 2008. 240 с.

5. Конституція Венгрії : состоянием на 01.01.2012 г. URL: <http://worldconstitutions.ru/archives/298/1> (дата обращения: 01.02.2020).
6. Контлер Л. История Венгрии. Тысячелетие в центре Европы. Москва : Весь Мир, 2002. 656 с. URL: <http://www.e-reading-lib.com/chapter.php/1040720/32/laslo-kontler-istoriya-vengrii-tysyacheletie-v-centre-evropy.html>
7. Курбанов Р.А., Шведкова О.В., Белялова А.М. Аналитический обзор работы 98-й пленарной сессии Европейской комиссии за демократию через право (Венецианской комиссии). *Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения*. 2014. №1. С. 117-123.
8. Лиман С. І., Парфіненко А. Ю. 100 років після Тріанону : угорсько-французькі політичні відносини та проблеми європейської безпеки. *Актуальні проблеми міжнародних відносин та міжнародного права: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. С. 44-50.
9. Мирный договор с Венгрией (Париж, 10 февраля 1947 года) : *сборник действующих договоров, соглашений и конвенций, заключенных СССР с иностранными государствами*. Вып. 13. М., 1956. С. 54– 88.
10. Мушат М. Трансильванский вопрос в румынской истории XX века. Бухарест: Аджерпресс, 1995. 302 с.
11. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
12. Строгальщикова П. Б. Влияние Трианонского мирного договора на формирование политики Венгерской республики по защите соотечественников и диаспоры. *Известия Российского Государственного Педагогического университета им. А. И. Герцена*. 2009. № 101. С. 320–326.
13. CDL (2001) 082-e Act ... 2001 on Hungarians Living in Neighbouring Countries: Submitted by the Minister of Foreign Affairs of Hungary. URL: [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL\(2001\)082-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL(2001)082-e)
14. CDL-INF (2001) 019-e Report on the preferential treatment of national minorities by their kin-state, Venice, October 19-20, 2001. URL: [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-INF\(2001\)019-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-INF(2001)019-e)
15. Gascón Barberá M. Romanian Opposition «Giving Transylvania to Hungarians», President Claims. 2020. April 29. URL: <https://balkaninsight.com/2020/04/29/romanian-opposition-giving-transylvania-to-hungarians-president-claims/>
16. Dragoş D. Language planning and the issue of the Hungarian minority language in post-communist Romania: From exclusion to reasonable compromises // *Studia Politica*. 2018. 18(1). P. 121-142. URL: [https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/57912/ssoar-sp-rpsr-2018-1-dragoman-language\\_planning\\_and\\_the\\_issue.pdf?sequence=1](https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/57912/ssoar-sp-rpsr-2018-1-dragoman-language_planning_and_the_issue.pdf?sequence=1)
17. Nistor I. Istoria Românilor. Bucureşti : Ed. Biblioteca Bucureştilor, 2002. Vol. 1. 661 p.; Vol. 2. 575 p.
18. Nergelius J. The Role of the Venice Commission in Maintaining the Rule of Law in Hungary and in Romania. *Constitutional Crisis in the European Constitutional Area Theory, Law and Politics in Hungary and Romania*. Oxford and Portland, 2015. P. 291-308. URL: <https://www.bloomsburyprofessional.com>
19. Romania backs Hungarian citizenship law. URL: <https://www.eubusiness.com/news-eu/romania-hungary.6kp/>
20. Sarány O. The values of Transylvanian Hungarians and Romanians are sometimes similar. 2020. October 15. URL: <https://transylvanianow.com/the-values-of-transylvanian-hungarians-and-romanians-are-sometimes-similar/>
21. The Commissions activities. URL: [https://www.venice.coe.int/WebForms/pages/?p=01\\_activities&lang=EN](https://www.venice.coe.int/WebForms/pages/?p=01_activities&lang=EN)
22. Treaty of Trianon. Treaty of Peace Between The Allied and Associated Powers and Hungary And Protocol and Declaration, Signed at Trianon June 4, 1920. URL: [http://wwi.lib.byu.edu/index.php/Treaty\\_of\\_Trianon](http://wwi.lib.byu.edu/index.php/Treaty_of_Trianon) (accessed: 25.09.2020).
23. Trencsényi B., Petrescu D., Petrescu C., Iordachian C., Kántor Z. Nation-Building and Contested Identities : Romanian & Hungarian Case Studies. Budapest: Regio Books; Iaşi: Editura Polirom, 2001. 385 p.
24. Vogel S. Transylvania: Myth and Reality. Changing Awareness of Transylvanian Identity. P. 69-87. URL: <https://www.dwc.knaw.nl/DL/publications/PU00010542.pdf>

## References

1. Vengerskiy natsionalnyiy gimn [Hungarian national anthem]. URL: <https://mila-hunguide.livejournal.com/49530.html> (in Russian).
2. Gimn Rumiinii [Anthem of Romania] [http://www.neoland.ru/gn\\_Romania.htm](http://www.neoland.ru/gn_Romania.htm) (in Russian).
3. Islamov T. M. & Pokivaylova T. A. (2008) Vostochnaya Evropa v silovom pole velikih derjav. *Transilvanskiy vopros. 1940–1946 godyi*. [Eastern Europe in the power field of the great powers. Transylvanian question. 1940-1946.]. Moskva: Indrik (in Russian).
4. Zatynaiko O. I. & Pavlenko V. I. & Bocharnikov V. P. & Svieshnikov S. V. (2014) Polityka bezpeky ta voienno-politychni vidnosyny Uhorshchyny [Security policy and military-political relations of Hungary]. *Nauka i oborona. Natsionalna i hlobalna bezpeka*. № 1, pp. 8-18 (in Ukrainian).
5. Konstitutsiya Vengrii : sostoyaniem na 01.01.2012 g. [Constitution of Hungary: as of 01.01.2012] URL: <http://worldconstitutions.ru/archives/298/1> (in Russian).
6. Kontler L. (2002) Istoriya Vengrii. Tyisyacheletie v tsentre Evropyi. Moskva : Ves Mir [History of Hungary. Millennium in the center of Europe]. Moskva : Ves Mir (in Russian).



7. Kurbanov R.A. & Shvedkova O.V. & Belyalova A.M. (2014) Analiticheskiy obzor raboty 98-y plenarnoy sessii Evropeyskoy komissii za demokratiyu cherez pravo (Venetsianskoy komissii) [Analytical review of the work of the 98th plenary session of the European Commission for Democracy through Law (Venice Commission)] *Jurnal zarubejnogo zakonodatelstva i sravnitel'nogo pravovedeniya*. №1, pp. 117-123 (in Russian).
8. Lyman S. I. & Parfinenko A. Yu. (2020) 100 rokov pislia Trianonu : uhorsko-frantsuzki politychni vidnosyny ta problemy yevropeiskoi bezpeky [100 years after Trianon: Hungarian-French political relations and problems of European security] *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn ta mizhnarodnoho prava: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*. Kharkiv : KhNU imeni V. N. Karazina, pp. 44-50 (in Ukrainian).
9. Mirnyiy dogovor s Vengriey (Parij, 10 fevralya 1947 goda) [Peace Treaty with Hungary (Paris, February 10, 1947)] (1956). *Sbornik deystvuyuschih dogovorov, soglasheniy i konventsii, zaklyuchennykh SSSR s inostrannymi gosudarstvami*. Vol. 13. Moskva, pp. 54-88 (in Russian).
10. Mushat M. (1995) Transilvanskiy vopros v rumyinskoy istorii 20 veka [The Transylvanian question in the Romanian history of the twentieth century] Buharest: Adjerpress, 1995. 302 s. (in Russian).
11. Pro osvitu : Zakon Ukrainy vid 05.09.2017 r. № 2145-VIII [About education: Law of Ukraine of 05.09.2017. № 2145-VIII] URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (in Ukrainian).
12. Strogalschikova P. B. (2009) Vliyanie Trianonskogo mirnogo dogovora na formirovanie politiki Vengerskoy respubliki po zaschite sootechestvennikov i diaspori [The influence of the Trianon Peace Treaty on the formation of the policy of the Republic of Hungary for the protection of compatriots and the diaspora]. *Izvestiya Rossiyskogo Gosudarstvennogo Pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena*. № 101, pp. 320-326 (in Russian).
13. CDL (2001) 082-e Act ... 2001 on Hungarians Living in Neighbouring Countries: Submitted by the Minister of Foreign Affairs of Hungary. URL: [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL\(2001\)082-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL(2001)082-e)
14. CDL-INF (2001) 019-e Report on the preferential treatment of national minorities by their kin-state, Venice, October 19-20, 2001. URL: [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-INF\(2001\)019-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/?pdf=CDL-INF(2001)019-e)
15. Gascón Barberá M. Romanian Opposition «Giving Transylvania to Hungarians», President Claims. 2020. April 29. URL: <https://balkaninsight.com/2020/04/29/romanian-opposition-giving-transylvania-to-hungarians-president-claims/>
16. Dragoş D. Language planning and the issue of the Hungarian minority language in post-communist Romania: From exclusion to reasonable compromises // *Studia Politica*. 2018. 18(1):121-142. URL: [https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/57912/ssoar-sp-rpsr-2018-1-dragoman-Language\\_planning\\_and\\_the\\_issue.pdf?sequence=1](https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/57912/ssoar-sp-rpsr-2018-1-dragoman-Language_planning_and_the_issue.pdf?sequence=1)
17. Nistor I. (2002) *Istoria Românilor* [History of the Romanians]. Bucureşti : Ed. Biblioteca Bucureştilor, 2002. Vol. 1. 661 p.; Vol. 2. 575 p.
18. Nergelius J. (2015) The Role of the Venice Commission in Maintaining the Rule of Law in Hungary and in Romania. *Constitutional Crisis in the European Constitutional Area Theory, Law and Politics in Hungary and Romania*. Oxford and Portland, pp. 291-308. URL: <https://www.bloomsburyprofessional.com>
19. Romania backs Hungarian citizenship law. URL: <https://www.eubusiness.com/news-eu/romania-hungary.6kp/>
20. Sarány O. The values of Transylvanian Hungarians and Romanians are sometimes similar. 2020. 15 october. URL: <https://transylvanianow.com/the-values-of-transylvanian-hungarians-and-romanians-are-sometimes-similar/>
21. The Commissions activities. URL: [https://www.venice.coe.int/WebForms/pages/?p=01\\_activities&lang=EN](https://www.venice.coe.int/WebForms/pages/?p=01_activities&lang=EN) (accessed: 10.10.2020).
22. Treaty of Trianon. Treaty of Peace Between The Allied and Associated Powers and Hungary And Protocol and Declaration, Signed at Trianon June 4, 1920. URL: [http://wwi.lib.byu.edu/index.php/Treaty\\_of\\_Trianon](http://wwi.lib.byu.edu/index.php/Treaty_of_Trianon) (accessed: 25.09.2020).
23. Trencsényi B., Petrescu D., Petrescu C., Iordachiand C., Kántor Z. *Nation-Building and Contested Identities : Romanian & Hungarian Case Studies*. Budapest: Regio Books; Laşi: Editura Polirom, 2001. 385 p.
24. Vogel S. *Transylvania: Myth and Reality. Changing Awareness of Transylvanian Identity*. P. 69-87. URL: <https://www.dwc.knaw.nl/DL/publications/PU00010542.pdf>

Статтю отримано 22 грудня 2020 р.

**EKONOMIKA**

## АНТИКОРУПЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ТА ЗАСОБИ ДЕТИНІЗАЦІЇ У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ\*

**Августин Руслан Ростиславович**

докт.екон.наук, доцент, професор кафедри менеджменту  
публічного управління та персоналу

Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль, вул. Львівська 11, 46009, Україна

e-mail.: avgustyn@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3101-7107>

Scopus Author ID: 57194410150

**Демків Ірина Олегівна**

канд.екон.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту  
публічного управління та персоналу

Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль, вул. Львівська 11, 46009, Україна

e-mail.: demkiv\_irina@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6538-7988>

Scopus Author ID: 57210552056

Найефективнішим засобом подолання корупції та тіньової економіки, особливо у соціальній сфері та сфері державних послуг є створення ефективних та легітимних «правил гри» (інституційного базису), який би «природним» шляхом легалізував тіньові (у тому числі корупційні) кошти, що обертаються у національній соціально-економічній системі. Предметом дослідження статті є теоретико-методологічні засади та науково-практичні рекомендації з визначення пріоритетів та реалізації антикорупційного механізму у соціальній сфері. Мета – полягає у розробці антикорупційного механізму та засобів детінізації у соціальній сфері. Завдання: пошук інструментів, спрямованих на розвиток інституційного середовища протидії корупції, впровадження багаторівневої системи соціального страхування в сфері адміністративних послуг, пенсійного забезпечення, освіти, охорони здоров'я, інших соціальних сферах на всіх рівнях управління. Використовуються методи системного підходу – при розробці положень антикорупційного механізму детінізації відносин у соціальній сфері і системі державних послуг. Отримано такі результати: запропоновано використання наступних антикорупційних стратегій в умовах України: санкційна – у межах якої принципал визначає жорсткість, періодичність, рівень ієрархії для застосування санкцій; ротаційна – для кожного елемента владної ієрархії визначається певний період часу, протягом якого він займає своє становище, після закінчення цього часу елемент покидає ієрархію (відставка, перехід або переведення рішенням керівництва на іншу посаду тощо); мотиваційна – заохочення елемента ієрархії до діяльності у правовому полі. Для досягнення максимального ефекту пропонується використання усіх трьох стратегій у комплексі з переважанням найбільш адекватної. Висновки: Запропоновані засоби подолання корупції та тіньової економіки на противагу вже усталеним і, як показала практика, недостатньо ефективним заходам в частині люстрації доходів, нагляду за діями держслужбовців, стандартизації виконання посадових обов'язків, створення додаткових державних органів і структур та ін., обґрунтовано методичні положення підходу, в основі якого поєднання двох складових: інституційного та страхування корупційних ризиків. Це дозволяє розвинути інституційне середовище протидії корупції, впровадити багаторівневу систему реалізації функцій соціального страхування в сфері адміністративних послуг, пенсійного забезпечення, освіти, охорони здоров'я, інших соціальних сферах, що спрямована на взаємодію антикорупційних органів та інституцій детінізації соціально-економічних відносин.

**Ключові слова:** корупція, антикорупційна стратегія, тіньова економіка, соціальна сфера, сфера державних послуг, пенсійна система.

**Постановка проблеми.** Очевидно, що та тіньової економіки, особливо у соціальній сфері та сфері державних послуг – це створення найпродуктивніший спосіб подолання корупції

\* **Cite as:** Avhustyn, R., Demkiv, I. (2021). Anti-Corruption Mechanism And Means Of Detinization In The Social Sphere, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism.* 13, 27-37. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-03>

ефективних та легітимних «правил гри» (інституційного базису), який би «природним» шляхом легалізував тіньові (у тому числі корупційні) кошти, що обертаються у національній соціально-економічній системі. Зрозуміло, що обмежений обсяг роботи не дозволяє більш детально зупинитися на всіх компонентах національної економіки, тому накреслюємо увагу на найбільш нагальних напрямках для нашого суспільства, у яких проблема тінізації та поширення корупції, набула особливо значних масштабів: пенсійне забезпечення, освітня та медичні сфери, сфера надання державних послуг. Усіх їх об'єднує спосіб накопичення державою у бюджет активів на їх фінансування та подальше надання «безкоштовних» державних послуг як соціального та інших видів державного забезпечення. Зважаючи на те, що згаданий механізм є надзвичайно складний та непрозорий на різних етапах його реалізації виникають конфлікти інтересів, корупціогенні підстави та базис для тінізації.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Численні наукові дослідження, що послугували напрацюванню значного теоретико-методологічного базису державного регулювання у сфері антикорупційної політики та детінізації економіки, на сьогодні, з огляду на масштаби та гостроту проблеми, недостатні і потребують подальшого розвитку. Це доводить актуальність пошуку інструментів, спрямованих на розвиток інституційного середовища протидії корупції, впровадження багаторівневої системи соціального страхування в сфері адміністративних послуг, пенсійного забезпечення, освіти, охорони здоров'я, інших соціальних сферах на всіх рівнях управління.

Значним теоретико-методологічним підґрунтям формування та реалізації ефективної державної політики протидії корупції та детінізації економіки та економічних відносин стали праці українських і зарубіжних учених, таких як: А. Базилук, Г. Беккер, З. Варналій, Т. Васильців, О. Власюк, А. Гальчинський, В. Геєць, Дж. Гроссман, П. Гутман, Б. Данилишин, М. Єрмошенко, Я. Жаліло, В. Засанський, А. Качинський, Т. Ковальчук, Б. Контіні, І. Мазур, І. Маркіна, О. Мандибур, О. Мних, В. Мунтіян, М. Олсон, Г. Пастернак-Таранушенко, С. Пірожков, В. Предборський, Ю. Сафонов, Е. де Сото, А. Сухоруков, М. Флейчук, М. Фрідман, Ю. Харазішвілі, А. Ходжаян, В. Шевчук, Ф. Шнайдер та ін.

Водночас, незважаючи на значущість здобутків вітчизняних і зарубіжних науковців, для вирішення теоретико-методологічних і практичних проблем підвищення ефективності державної політики протидії корупції та детінізації економіки в Україні на цей час залишаються недостатньо дослідженими і в

теоретико-прикладному плані вирішеними такі завдання, як обґрунтування перспективних стратегічних пріоритетів, а також дієвих інструментів та засобів державної політики подолання корупції та тіньової економіки, у т. ч. під впливом дії чинників глобалізації та евроінтеграції.

**Метою статті є** розробка антикорупційного механізму та засобів детінізації у соціальній сфері.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В Україні, як і у багатьох пострадянських системах пенсійна система носила характер планової (солідарної). Проте непрозорість механізму наповнення та перерозподілу коштів пенсійного фонду за таких умов призвела до масштабних зловживань і фінансових махінацій та постійної нестачі коштів для забезпечення громадян, що досягли пенсійного віку відповідними виплатами [1]. Тому на нашу думку, оптимальним є перехід до багаторівневої системи, метою якої є поєднання переваг солідарної та накопичувальної систем, що складається з трьох частин: базової (на основі солідарного принципу), обов'язкової накопичувальної та системи приватного добровільного страхування. При цьому, солідарна компонента повинна займати незначну частку у пенсійному забезпеченні громадян, оскільки вона показала свою низьку ефективність та корупціогенну складову.

Аналогічно й у інших напрямках соціального забезпечення. Держава повинна забезпечити можливість громадянину самостійно управляти частиною своїх ризиків, пов'язаних із гарантуванням соціальних стандартів шляхом передачі їх приватному конкурентному сектору, який засвідчив вищий рівень ефективності, порівняно з монопольним державним. При цьому державі доцільно залишити за собою певний мінімум у реалізації основних функцій соціального забезпечення на базовому рівні [2].

Це пов'язано з тим, що соціальна сфера передбачає низку пільг, субсидій, виняткового фінансування тощо. Проте, як відомо, саме винятковість та індивідуальність пільгових підходів, стосовно інших суб'єктів у конкурентній ринковій економіці породжує поле для тінізації та корупційних зловживань як зі сторони державних службовців та основних державних регуляторів, так і з боку юридичних і фізичних осіб. Причому йдеться про сферу медицини, освіти, пенсійного забезпечення, інших державних послуг, які надаються на псевдобезкоштовній основі (рис. 1).

Що стосується державних коштів, то їм також повинні бути надані конкурентні характеристики (кошти спрямовуються за пацієнтом, за абітурієнтом, за споживачем державних послуг тощо). Лише здорова конкуренція між державним та недержавним

секторами усуне базис тінізації та корупціогенності. Ефективність такого підходу засвідчили уже запроваджені в Україні центри надання адміністративних послуг, візові центри, паспортні центри тощо [3].

Що стосується, для прикладу, пенсійного забезпечення, то у процесі обговорення проблем, пов'язаних із цією сферою, точаться дискусії щодо надійності недержавних пенсійних фондів. Чимала частка українських

громадян вважають, що Державний пенсійний фонд дає їм гарантії збереження пенсійних коштів в більшій мірі, у порівнянні з недержавними пенсійними інституціями. Однак, непрозорість взаємовідносин учасників розподільного пенсійного забезпечення є передумовою того, що громадянин практично не має можливості оцінити ефективність зберігання і розміщення пенсійних накопичень [4].

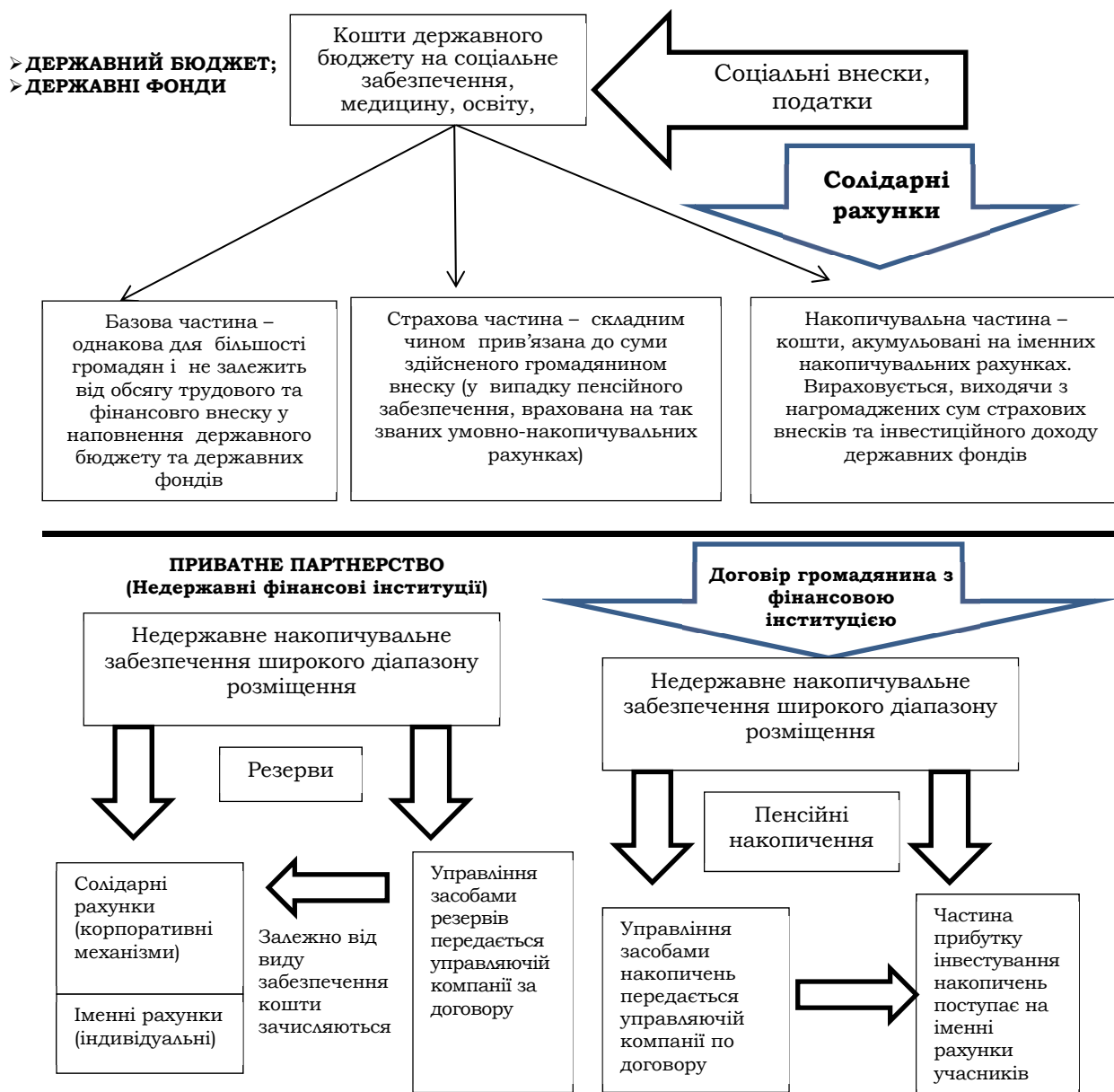


Рис. 1. Взаємозв'язок державних та недержавних фінансових інституцій у процесі соціального забезпечення та надання адміністративних послуг як засіб детінізації і протидії корупції у національній економіці

Наведено автором за матеріалами: [3]

Аналіз даних про функціонування недержавних пенсійних фондів показує, що основними пенсійними механізмами, що застосовуються вітчизняними недержавними пенсійними фондами (НПФ), є корпоративні.

Загальна схема майнових відносин НПФ з компаніями, що страхують своїх працівників, представлена на рис. 2, розкриває сутність корпоративної системи пенсійного забезпечення громадянина і, за таких умов

фактично зникає конфлікт інтересів, а відтак й базис для розширення тіньового сектора.

Як результат запровадження пропонованої нами багаторівневої системи реалізації соціальних функцій передбачається: подолання бідності; підвищення рівня добробуту громадян; створення умов, що забезпечують новим поколінням адекватну професійну і загальноосвітню підготовку для трудової діяльності; підвищення рівня охорони здоров'я; забезпечення ефективної зайнятості; зниження рівня тінізації та поширеності корупції в національній економіці.

Для перевірки нашої гіпотези щодо необхідності запровадження багаторівневої системи соціального забезпечення, скористаємося найбільш агрегованим і

спрощеним уявленням про системи соціального забезпечення обох типів. У разі розподільного механізму забезпечення засноване на тому, що внески працюючого населення витрачаються на виплату соціальних виплат усім громадянам, і даний процес повторюється ітеративно. В випадку накопичувальної системи соціального забезпечення кошти з внесків працівника акумулюються на його особистому рахунку та інвестуються на фінансовому ринку. Наприклад при виході на пенсію індивід отримує у вигляді пенсійних виплат внесені ним раніше кошти, а також накопичені відсотки, які в подальшому обмінюються на потік ануїтетних платежів. Причому ці кошти можна витратити на медичні, освітні, адміністративні послуги тощо.

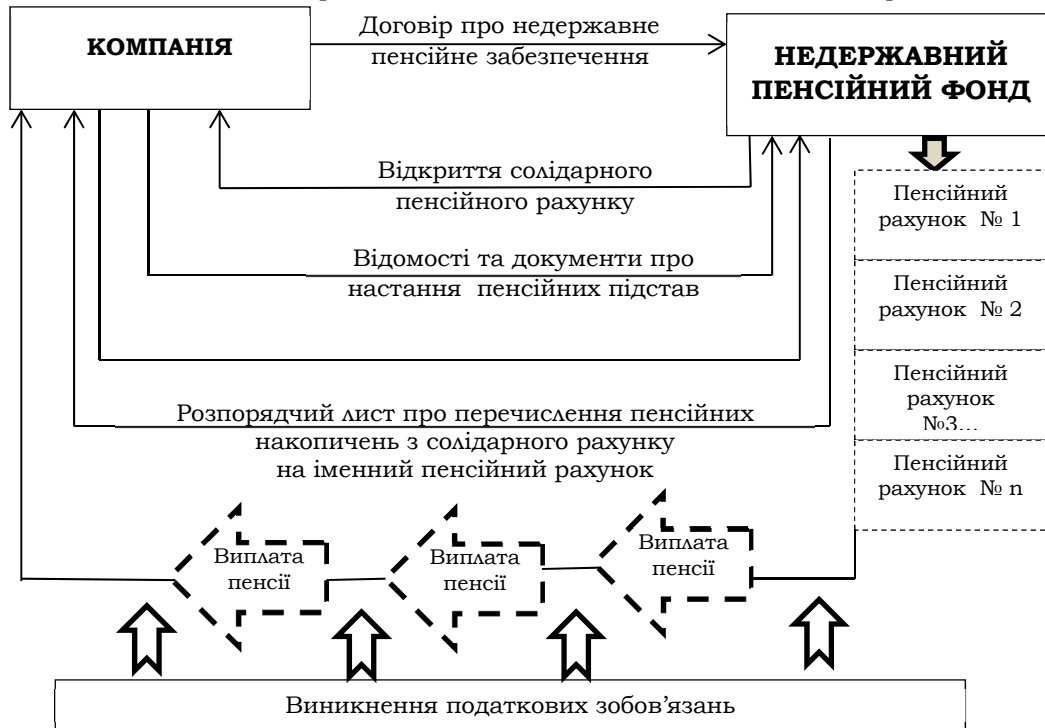


Рис. 2. Схема функціонування недержавних пенсійних фондів  
Розроблено автором за матеріалами: [5]

В якості критерію для оцінки ефективності системи соціального забезпечення скористаємося прибутковістю обох систем в сенсі порівняльної ефективності вкладень соціальних внесків, а також з врахуванням їх корупціогенності та вразливості до задучення у тіньовий сектор. Іншими словами, ставиться питання про те, участь в якій з систем вигідніша та прозоріша для громадянина в термінах прибутковості вкладень, здійснюваних у фонди соціального захисту. З іншого боку, такий багаторівневий підхід до нагромадження та витрат соціальних коштів громадян стає передумовою детінізації соціально-економічної системи вітчизняної економіки. У цьому випадку в якості додаткового показника видається доцільним розглянути й волатильність подібної дохідності, так як з точки зору інвестування коштів

важлива не лише прибутковість, але й ризикованість вкладень, наслідком чого часто є зростання рівня тінізації економіки. Тому й у випадку із соціальним забезпеченням та у сфері адміністративних послуг, безсумнівно, рівень ризику є надзвичайно важливим.

З метою оцінки кожного з методів організації соціального забезпечення, скористаємося наступними міркуваннями. Припустимо, що на особистий рахунок в межах системи з фіксованими вкладеннями була внесена певна сума, яка у разі накопичувальної системи спрямовується на рахунок конкретного громадянина, а у разі розподільної – фіксується в рамках зароблених трудових прав. Внески розраховуються як відсоток від зарплати, який вважається в подальшому незмінним. За таких умов для порівняння ефективності двох систем в рамках демонстрованої прибутковості

необхідно простежити, який з методів забезпечив би більше зростання активів в реальному вираженні.

У разі розподільної системи на користь громадянина працює економічне зростання – тобто більша величина випуску з кожним роком розподіляється між учасниками системи. Однак, перешкодою для постійного підвищення добробуту є не лише зростання чисельності громадян, що претендують на соціальні виплати (наприклад пенсіонерів, громадян, що одержують субсидії тощо), але й рівня тіньової економіки та поширеності корупції, у зв'язку з можливістю одержання нелегітимних доходів з державного бюджету та державних соціальних фондів. Таким чином ВВП розподіляється між дедалі більшою чисельністю громадян, відтак в умовах невисоких темпів зростання ВВП загальний добробут в країні знижується.

В такому випадку, з метою порівняння нас цікавить приріст ВВП, скоригований на негативні тенденції старіння населення за цей проміжок та рівень тінізації економіки і поширення корупції. Розглянемо процес більш детально. Величина виплат за умови участі в розподільній системі в кожен період часу задається наступним співвідношенням:

$$benefit_t^{PAYG} = \frac{\tau * GDP_t * Shadow_t}{R_t}, \quad (1)$$

де  $benefit_t^{PAYG}$  – обсяг соціальних виплат;  $\tau$  – величина податкової ставки на зарплати фізичних осіб;  $GDP_t$  – обсяг ВВП;  $R_t$  – кількість осіб, що претендують на соціальні виплати та адміністративні послуги;  $shadow$  – інтегральний коефіцієнт тінізації економіки та поширення корупції в економіці;  $t$  – часовий період [6].

Визначимо величину виплат в межах даної розподільної системи в динаміці. У припущенні сталості податкової ставки, обсяг виплат приймає наступний вигляд:

$$benefit_{t+n}^{PAYG} = \frac{\tau * GDP_{t+n} * Shadow_{t+n}}{R_{t+n}} \quad (2)$$

З метою визначення рівня продуктивності участі в розподільчій системі, достатньо оцінити зростання обсягу виплат. В даному випадку, в чисельнику мають значення не витрати на «вхід» учасника в систему, тобто не величина його внеску в момент  $t$ , а величина виплат в даному часовому періоді. Це пояснюється тим, що за власний внесок були придбані права на споживання частки валового випуску, і, таким чином, можемо відстежити відповідну величину в динаміці:

$$\frac{benefit_{t+n}^{PAYG}}{benefit_t^{PAYG}} = \frac{\frac{\tau * GDP_{t+n} * Shadow_{t+n}}{R_{t+n}}}{\frac{\tau * GDP_t * Shadow_t}{R_t}} = \left( \frac{\tau * GDP_{t+n} * Shadow_{t+n}}{\tau * GDP_t * Shadow_t} \right) * \left( \frac{R_{t+n}}{R_t} \right) = \frac{(1+g_n)}{(1+r_n)}, \quad (3)$$

де  $g_n$  – приріст обсягу реального ВВП з врахуванням рівня тінізації та поширення

корупції;  $r_n$  – величина приросту чисельності громадян, що претендують на державні соціальні виплати, а також безкоштовні адміністративні послуги;  $n$  – кількість років.

Для оцінки ефективності накопичувальної системи необхідно розрахувати обсяг активів з врахуванням накопичених відсотків за період. Однак щоб отримати реальний рівень прибутковості її слід скорегувати на темпи інфляції, яка мала місце у цьому часовому ланзі. Нехай в період часу  $t$  здійснюється внесок в накопичувальну систему, який інвестується на фінансовому ринку. Тоді через  $n$  років буде одержана наступна величина: (рівняння 4):

$$\frac{benefit_{t+n}^{FUNDED}}{benefit_t^{FUNDED}} = \prod_{k=t}^{t+n} \frac{(1+i_k - shadow_k)}{(1+p_k + shadow_k)} \quad (4)$$

де  $i_k$  – ставка дохідності;  $p_k$  – індекс інфляції в період  $k$ ;  $shadow_k$  – інтегральний коефіцієнт тінізації та поширення корупції.

Вираз 4 відображає прибутковість, скориговану на темпи інфляції та рівень тінізації і поширення корупції. Закцентуємо, що в разі розподільної системи ми оперуємо реальним продуктом, а в разі накопичувальної – фінансами. Однак, порівняння приросту показників, дозволяє нам порівнювати ефективності двох систем. За умови розподільчої системи виплати передбачені в натуральній формі (прив'язка до фізичного обсягу ВВП), що виключає необхідність враховувати інфляцію, так як учасник системи має право не на кошти, які можуть знецінитися, але на частку у валовому випуску. Що і є основною перевагою розподільної системи.

Проте, рівень тінізації економіки за умови накопичувальної системи значно нижчий, оскільки громадяни мають можливість управляти особистими рахунками і безпосередньо зацікавлені у детінізації вітчизняної економіки. Крім того, важливим є факт можливості перерозподілу бюджетних коштів з врахуванням потреб кожного громадянина. Адже не кожен громадянин скористається можливістю одержання безкоштовної (за рахунок державного замовлення) освіти, медичними послугами, окремими видами адміністративних послуг. Тому в умовах багаторівневої системи управління бюджетними доходами та витратами з'являється можливість врахування потреб окремо взятого громадянина, що й створює базові підвалини детінізації економіки та руйнує базис корупційних відносин у суспільстві.

З метою розробки методології оцінки вірогідності тінізації та поширення корупції у суспільстві представимо модель динаміки системи державної влади [7], під якою розуміється ієрархія владних інститутів, динамічний зв'язок між якими реалізується за допомогою «Потоків владних повноважень». Ця функціональна конструкція дає можливість не

лише моделювати та прогнозувати корупційну поведінку державних службовців, але й дає можливість розробку заходів протидії корупційним проявам в національній економіці та суспільно-політичній системі.

Внутрішня корупція в ієрархії розуміється як можливість отримання нижчестоящими елементами ієрархії частини владних повноважень вищих елементів. Розподіл влади в ієрархії  $p$  описується рішенням крайового завдання другого роду для нелінійного рівняння параболічного типу (рівняння 5):

$$n(x) \frac{dp}{dt} = \frac{d}{dx} (k(x, t, p)n(x) \frac{dp}{dx} + n(x)F(x, t, p));$$

$$n(x) \frac{dp}{dx} \Big|_{x=0} = n(x) \frac{dp}{dx} \Big|_{x=1} = 0 \quad (5)$$

У даному рівнянні  $n$  визначає кількість елементів на різних рівнях ієрархії (наприклад, деревоподібна ієрархія описується функцією  $n(x) = e^{\beta x}$ ,  $\beta > 0$ , функція  $F$  характеризує реакцію суспільства на реалізовані ієрархією політичні рішення; коефіцієнт  $k$  визначає стратегію поведінки елементів ієрархії. Дана модель представляє результати дослідження ієрархії з різною топологією (лінійною та деревовидною), а також різні антикорупційні стратегії.

Для аналізу ми пропонуємо динамічну модель корупції в демократичній державі (під демократичним розуміємо таку державу, в якій політична еліта не робить помітного тиску на розслідування корупційних злочинів), що демонструє виникнення періодичних режимів.

Розглянемо динамічну систему наступного виду (система 6):

$$\frac{\dot{x}}{x} = \mu_1 \left( \frac{ax}{\beta + x} - kx \right) - \mu_2 \omega y z; \quad \frac{\dot{y}}{y} = \epsilon x - \omega z - p; \quad (6)$$

$$\frac{\dot{z}}{z} = \delta \omega y - \theta.$$

Тут  $x$  описує суспільну підтримку режиму,  $y$  відповідає нелегальним коштами, отриманим політиками в корупційних угодах, а  $z$  – вартість розслідування корупційних злочинів; характерні особливості інститутів влади і стратегії поведінки політиків визначаються невід'ємними константами в правій частині. При різному виборі керуючих параметрів в системі можуть спостерігатися складні періодичні режими, що відповідають повторюваному спаду інтересу суспільства до переслідування корумпованих політиків.

Видається доцільним використовувати для опису ієрархії пов'язаних елементів апарат теорії графів [8]. Вершинам графу  $\gamma_i$  відповідатимуть адміністратори (або деякі їх об'єднання) владної структури, що розглядається; ребро  $(\gamma_i; \gamma_j)$ , що йде з вершини  $\gamma_i$  у вершину  $\gamma_j$  означатиме, що  $i$ -й елемент, якщо він певним чином бере участь в корупційній угоді, може залучити до неї  $j$ -й елемент. При цьому ребра графа не обов'язково відтворюють

структуру зв'язків супер- і субординації, оскільки угода може поширюватися в ієрархії не лише «вертикально», а й «горизонтально», між елементами з приблизно рівними обсягами владних повноважень. У загальному випадку зв'язки між елементами асиметричні: окремі елементи можуть мати привілейоване становище, що дозволяє їм встановлювати зв'язки з тими, хто, своєю чергою, не може безпосередньо встановити зв'язок з ними. Таким чином, існування ребра  $(\gamma_i; \gamma_j)$  не обов'язково тягне за собою існування ребра  $(\gamma_j; \gamma_i)$ . Всім ребрам приписані певні цілочисельні вагові коефіцієнти (зміст яких буде пояснений нижче) [9].

Основним параметром, що визначає поведінку елементів ієрархії в даній моделі, є толерантність, тобто готовність елемента вступити в корупційну угоду. Для зручності будемо вважати, що толерантність задається певними цілочисельними коефіцієнтами, приписаними до вершин графа.

Механізм корупційної угоди полягає у наступному. У кожен момент часу  $t_k \in N$  випадковий елемент ієрархії отримує можливість укласти корупційну оборудку, яку він або використовує, або відкидає. При цьому ми нехтуємо тим, як саме він отримує цю можливість, тобто не будемо відрізняти хабарництво від розкрадання або вимагання, акцентуючи увагу лише на самому факті протизаконного отримання статусної ренти. Імовірність того, що  $i$ -й елемент укладе угоду, визначається поточним значенням толерантності і дорівнює  $\xi_i \xi_i^{1_{\max}}$ , де  $\xi_i$  – толерантність елемента; максимально можливе значення толерантності в ієрархії (задане заздалегідь).

Кожна корупційна угода має ціну, вимірювану певними умовними грошовими умовними одиницями. Якщо елемент уклав угоду, він привласнює собі одну умовну одиницю. Після цього елемент приймає рішення: чи буде він приєднувати до угоди інший елемент або привласнить собі ще одну умовну одиницю. Імовірність того, що  $i$ -й елемент втягне в корупційну оборудку ще когонебудь, буде визначатися функцією  $f(s)$ , де  $s$  – номер у ієрархії, до якої належить  $\gamma_i$ .

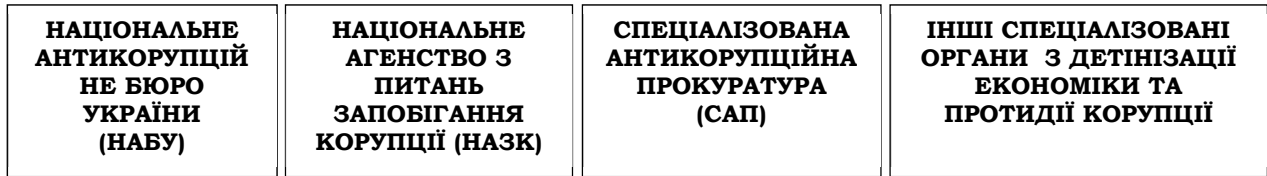
Такий вибір мотивований досить простими міркуваннями: елементи вищого рівня можуть привласнити більшу частину угоди собі, оскільки така поведінка вважається відповідним їх високому статусу в ієрархії; елементи нижчого рівня, навпаки, змушені шукати партнерів всередині ієрархії, щоб гарантувати собі певну безпеку. Вибір елемента, що приєднується до угоди, здійснюється випадковим чином на основі поточних значень толерантності та вагових коефіцієнтів ребер: ймовірність того, що  $i$ -й елемент укладе угоду з  $j$ -м, дорівнює (рівняння 7):



$$p_{ij} = \frac{\varepsilon_j \alpha_{ij}}{\sum_{j=1}^n \varepsilon_j \alpha_{ij}}, \quad (7)$$

де  $n$  – кількість елементів в ієрархії,  $\alpha_{ij}$  – елементи матриці суміжності, які дорівнюють вазі ребра ( $\gamma_i; \gamma_j$ ), (для несуміжних вершин  $\alpha_{ij} = 0$ ). Після цього

$j$ -й елемент привласнює собі одну з решти умовних одиниць і отримує право розпоряджатися подальшим просуванням угоди. Елемент, який вже один раз брав участь в угоді, не може бути повторно приєднаний до неї.



Інформація стосовно ризиків мінізації та поширення корупції у соціально-економічній системі

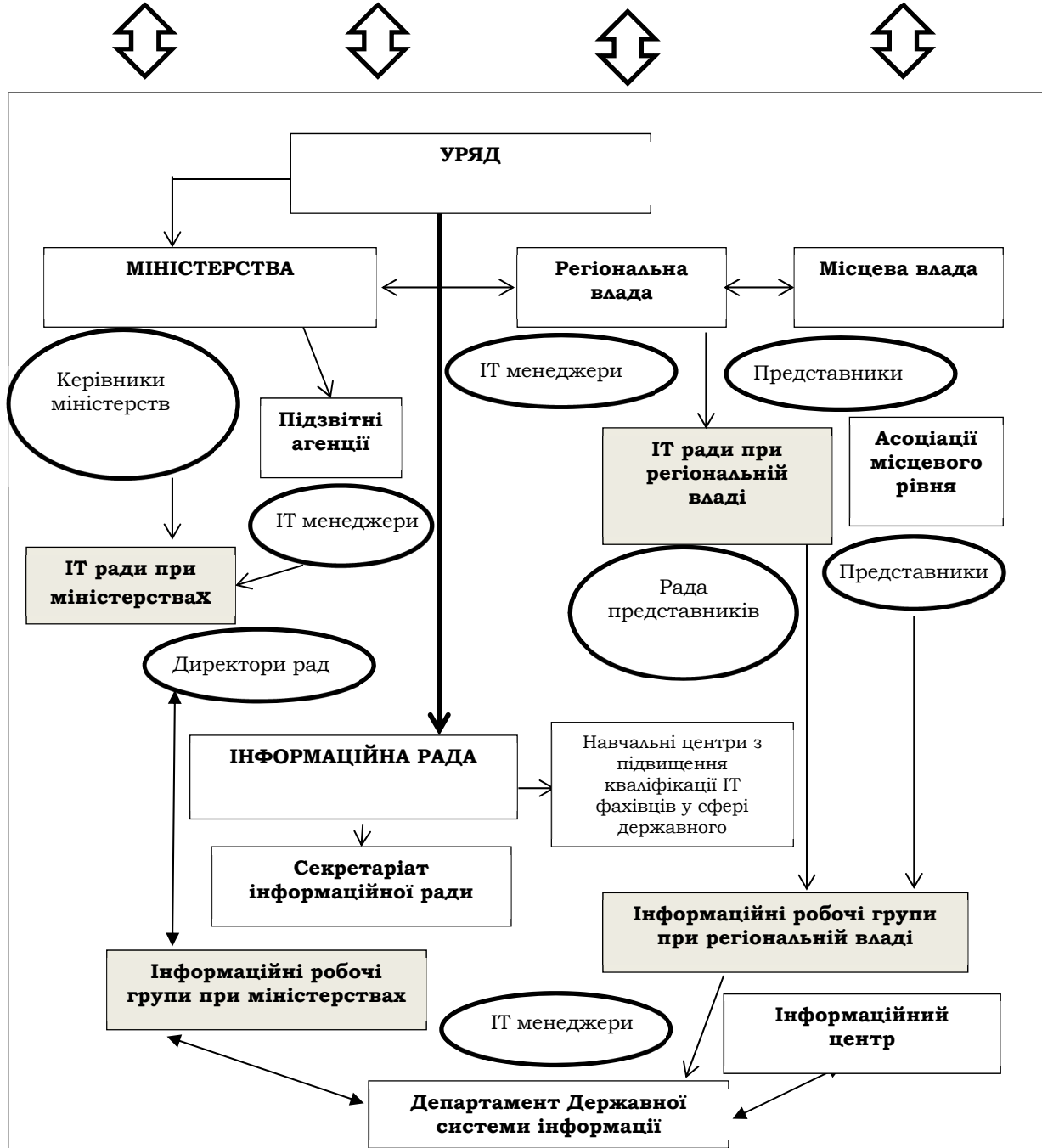


Рис. 3. Концептуальна схема протидії мінізації та корупції засобами електронного урядування (авторська розробка)

Після того як розподіл ренти закінчено, принципал може застосувати санкції. Під принципалом будемо розуміти певну групу, що не входить в дану ієрархію і володіє винятковим обсягом владних повноважень (припустимо такі антикорупційні інституції, як НАБУ, НАЗК, САП тощо). У найпростішому випадку можна вважати, що принципал сам не схильний до корупції і його єдиною метою є зниження рівня корумпованості в ієрархії. Для цього він в кожен момент часу проводить аудит елементів: відповідно до заданого розподілом ймовірностей вибирається рівень ієрархії, і з неї з рівною ймовірністю вибирається кілька елементів; для кожного з обраних елементів встановлюється обсяг корупційного доходу, і якщо він перевершує певний визначений поріг, то відповідні елементи виключаються з системи і замінюються новими. Ці нові елементи мають випадкове значення толерантності, а вагові коефіцієнти всіх ребер, інцидентних відповідним вершинам графа, стають рівними одиниці. «Поріг засудження» може бути, власне кажучи, відмінний від нуля і разом з кількістю піддається аудиту елементів та може бути різним для кожного рівня ієрархії. Витрати принципала, пов'язані з проведенням процедури аудиту, в розглянутій нами моделі не враховуються. Механізм санкцій тісно пов'язаний з визначенням рівня корумпованості  $C_{tk}$  в ієрархії (рівняння 8):

$$C(t_k) = \frac{\sum_{m=0}^n \eta_m(t_k)}{\sum_{m=0}^n \eta_m(t_k)} \quad (8)$$

де  $\eta_m(t_k)$  – обсяг корупційного доходу  $m$ -го елемента в момент часу  $t_k$ ; сума в чисельнику береться лише за тими елементами, для яких величина  $\eta_m$  більша відповідного порогового значення; якщо сума в знаменнику перетворюється на нуль, будемо вважати  $C_{tk}=0$ . Рівень корумпованості лежить в діапазоні  $[0, 1]$ , причому його нульове значення відповідає корупції в межах, які принципал вважає допустимими. Слід зазначити, що справжнє значення визначеного таким чином рівня корумпованості спостерігається для принципала: дійсно, якби йому в кожен момент часу були відомі всі значення  $\eta_m$ , він завжди б застосовував санкції до найбільших корупціонерів.

За таких умов можна запропонувати кілька конкретних антикорупційних стратегій, відповідно до яких принципал визначає жорсткість санкцій. У найпростішому випадку множина, що піддається аудиту елементів на кожному рівні ієрархії є фіксованою і жодним чином не залежить від еволюції системи. Також можна розглядати періодичну стратегію, при якій масштабні антикорупційні кампанії чергуються з періодами «помірного інтересу» до корупційних злочинів. У більш загальному випадку дії принципала визначаються певними

функціональними залежностями від параметрів системи і часу. Наприклад, можна розглядати стратегію з «зворотним зв'язком», в межах якої строгість санкцій збільшується, якщо збільшується рівень корупції; при цьому ми припускаємо, що принципал будь-яким чином може встановити до моменту часу  $t_k$  точне значення  $C(t_k-L) \in N$ .

Крім механізму санкцій, в системі також діє механізм ротації: для кожного елемента існує певне значення  $\tau_i$ , відповідне до часу, протягом якого він займає своє становище в ієрархії; після закінчення цього часу елемент покидає ієрархію (пішов у відставку, переходить або переводиться рішенням керівництва на іншу посаду тощо). Відповідній вершині присвоюється нове значення толерантності, а вагові коефіцієнти інцидентних ребер замінюються на поодинокі. Слід також враховувати можливість зміни толерантності, яка відповідає різним стратегіям поведінки елементів ієрархії і, в певному сенсі, висловлює їх реакцію на санкції принципала: толерантність всіх елементів залишається незмінною (індиферентна стратегія); толерантність всіх елементів, що знаходяться вище  $s$ -ї позиції в ієрархії страти збільшується на одиницю аж до досягнення максимально можливого значення (оптимістична стратегія); толерантність всіх елементів на  $s$ -ому рівні ієрархії і нижче зменшується на одиницю аж до досягнення нульового значення (песимістична стратегія); толерантність кожного елемента стає рівною середньому арифметичному толерантностей пов'язаних з ним елементів (адаптивна стратегія). Для оптимістичної та песимістичної стратегій  $s$  – номер страти, елементи якої зазнали санкцій.

Таким чином використовуючи запропоновану вище методику можна використовувати для мінімізації рівня корумпованості та зниження рівня корупції у суспільстві.

**Висновки.** Найпродуктивніший спосіб подолання корупції та тіньової економіки, особливо у соціальній сфері та сфері державних послуг, – це створення ефективного та легітимного інституційного базису, який би «природним» шляхом легалізував тіньові (у тому числі корупційні) кошти, що обертаються у національній соціально-економічній системі. Одним з дієвих механізмів детінізації є запровадження багаторівневої системи реалізації соціальних функцій, що складається з базової (на основі солідарного принципу), обов'язкової накопичувальної та системи приватного добровільного страхування. Причому ця система повинна бути впроваджена не лише у сфері пенсійного забезпечення, але й сфері адміністративних послуг, освіти, охорони здоров'я та інших соціальних сферах, фінансування яких, на даному етапі, відбувається, переважно, за

рахунок коштів державного бюджету. При запровадженні пропонованої системи необхідно враховувати обсяги ВВП, рівень інфляції, тінізації на поширення корупції, а також віддаленості ефекту від запровадження кожної з компонент системи у часових лагах. Наслідком її запровадження є подолання бідності; підвищення рівня добробуту громадян; створення умов, що забезпечують новим поколінням адекватну професійну і загальноосвітню підготовку для трудової діяльності; підвищення рівня медичного обслуговування; забезпечення ефективної зайнятості; зниження рівня тінізації та поширеності корупції в національній економіці.

Серед доцільних для використання в умовах України антикорупційних стратегій

запропоновані наступні: (1) санкційна (у межах якої принципал визначає жорсткість, періодичність, рівень ієрархії для застосування санкцій); (2) ротаційна (для кожного елемента владної ієрархії визначається певний період часу, протягом якого він займає своє становище, після закінчення цього часу елемент покидає ієрархію (відставка, перехід або переведення рішенням керівництва на іншу посаду тощо); (3) мотиваційна (заохочення елемента ієрархії до діяльності у правовому полі). Для досягнення максимального ефекту пропонується використання усіх трьох стратегій у комплексі з переважанням найбільш адекватної.

### ANTI-CORRUPTION MECHANISM AND MEANS OF DETINIZATION IN THE SOCIAL SPHERE

**Ruslan Avhustyn**, Doctor of Economics, Associate Professor, Department Management, Public administration and personnel, West Ukrainian National University, e-mail.: avgustyn@ukr.net, ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3101-7107>, Scopus Author ID: 57194410150

**Iryna Demkiv**, Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department Management, Public administration and personnel, West Ukrainian National University, e-mail.: demkiv\_irina@ukr.net, ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6538-7988>, Scopus Author ID: 57210552056

The most effective means of overcoming corruption and the shadow economy, especially in the social sphere and public services, is to create effective and legitimate "rules of the game" (institutional framework) that would "naturally" legalize shadow (including corruption) funds circulating in the national socio-economic system. The subject of the article is theoretical and methodological principles and scientific and practical recommendations for determining the priorities and implementation of the anti-corruption mechanism in the social sphere. The goal is to develop an anti-corruption mechanism and means of de-shadowing in the social sphere. Objectives: to find tools aimed at developing the institutional environment for combating corruption, implementing a multi-level social insurance system in the field of administrative services, pensions, education, health care and other social spheres at all levels of governance. Methods of the system approach are used – at development of provisions of the anti-corruption mechanism of de-shadowing of relations in the social sphere and the system of public services. The following results were obtained: the use of the following anti-corruption strategies in the conditions of Ukraine was proposed: sanction – within which the principal determines the rigidity, periodicity, level of hierarchy for the application of sanctions; rotational – for each element of the hierarchy of power a certain period of time is determined during which he occupies his position, after this time the element leaves the hierarchy (resignation, transfer or transfer to another position by the decision of the management body, etc.); motivational – encouraging an element of the hierarchy to work in the legal field. To achieve the maximum effect, it is proposed to use all the three strategies in combination with the predominance of the most adequate one. Conclusions: The proposed means of overcoming corruption and the shadow economy in contrast to the already established ones and, as the practice has shown, ineffective measures in terms of income lustration, supervision of civil servants, standardization of duties, creation of additional government agencies and structures, etc., are justified. Methodological provisions of the approach, which is based on a combination of two components: institutional and corruption risk insurance are grounded. This allows to develop the institutional environment for combating corruption, to introduce a multilevel system of realization of social security functions in the field of administrative services, pensions, education, health care and other social spheres, aimed at cooperation between anti-corruption bodies and institutions de-shadowing socio-economic relations.

**Key words:** corruption, anti-corruption strategy, shadow economy, social sphere, sphere of public services, pension system.

### АНТИКОРРУПЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ И СРЕДСТВА ДЕТЕНИЗАЦИИ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

**Августин Руслан Ростиславович**, докт.экон.наук, доцент, профессор кафедры менеджмента, публичного управления и персонала, Запдноукраинский национальный университет, e-mail.: avgustyn@ukr.net, ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3101-7107>, Scopus Author ID: 57194410150

**Демкив Ирина Олеговна**, канд.экон.наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, публичного управления и персонала, Запдноукраинский национальный университет, e-mail.: demkiv\_irina@ukr.net, ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6538-7988>, Scopus Author ID: 57210552056

Самым эффективным средством преодоления коррупции и теневой экономики, особенно в социальной сфере и сфере государственных услуг является создание эффективных и легитимных «правил игры»

(институционального базиса), который бы «естественным» путем легализовал теневые (в том числе коррупционные) средства, возвращающиеся в национальной социально-экономической системе. Предметом исследования статьи является теоретико-методологические основы и научно-практические рекомендации по определению приоритетов и реализации антикоррупционного механизма в социальной сфере. Цель – заключается в разработке антикоррупционного механизма и средств детенизации в социальной сфере. Задание: поиск инструментов, направленных на развитие институциональной среды противодействия коррупции, внедрения многоуровневой системы социального страхования в сфере административных услуг, пенсионного обеспечения, образования, здравоохранения, других социальных сферах на всех уровнях управления. Используются методы системного подхода – при разработке положений антикоррупционного механизма детенизации отношений в социальной сфере и системе государственных услуг. Получены следующие результаты: предложено использование следующих антикоррупционных стратегий в условиях Украины: санкционного – в пределах которой принципал определяет жесткость, периодичность, уровень иерархии для применения санкций; ротационная – для каждого элемента властной иерархии определяется определенный период времени, в течение которого он занимает свое положение, по истечении этого времени элемент покидает иерархию (отставка, переход или перевод решению руководства на другую должность и т.п.); мотивационная – поощрение элемента иерархии к деятельности в правовом поле. Для достижения максимального эффекта предлагается использование всех трех стратегий в комплексе с преобладанием наиболее адекватной. Выводы: предложенные способы преодоления коррупции и теневой экономики в противовес уже устоявшимся и, как показала практика, недостаточно эффективным мерам в части люстрации доходов, надзора за действиями госслужащих, стандартизации выполнения должностных обязанностей, создание дополнительных государственных органов и структур и др.; обоснованно методические положения подхода, в основе которого сочетание двух составляющих: институционального и страхование коррупционных рисков. Это позволяет развить институциональную среду противодействия коррупции, внедрить многоуровневую систему реализации функций социального страхования в сфере административных услуг, пенсионного обеспечения, образования, здравоохранения, других социальных сферах, направленная на взаимодействие антикоррупционных органов и институтов детенизации социально-экономических отношений.

**Ключевые слова:** коррупция, антикоррупционная стратегия, теневая экономика, социальная сфера, сфера государственных услуг, пенсионная система.

---

### Література

1. Августин Р. Р. Узагальнення світового досвіду формування ефективної системи детінізації національного господарства. Науковий вісник НЛТУ України . 2014. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uzagalnennya-svitovogo-dosvidu-formuvannya-efektivnoyi-sistemi-detinizatsiyi-natsionalnogo-gospodarstva>
2. Freitas F. D. and Luis Varricchio S. (2013). A power system dynamical model in the matrix polynomial description form," *2013 IEEE Power & Energy Society General Meeting*, Vancouver, BC, 2013, pp. 1-5, doi: 10.1109/PESMG.2013.6672952.
3. Бригілевич І. Діяльність ЦНАП та оцінка якості надання адміністративних послуг. URL: [http://old.decentralization.gov.ua/pics/attachments/Posibniik\\_CNAP.pdf](http://old.decentralization.gov.ua/pics/attachments/Posibniik_CNAP.pdf).
4. Діяльність Пенсійного фонду (основні завдання та нормативно-правові засади діяльності органу). URL: <http://www.pfu.gov.ua/informatsiya/struktura/tsentralnij-aparat/diyalnist-pensijnogo-fondu-osnovni/>.
5. Digital Government Strategies for Transforming Public Services in the Welfare Areas. URL: <http://www.oecd.org/gov/digital-government/Digital-Government-Strategies-Welfare-Service.pdf>
6. Avhustyn R., Demkiv I. and Kotys N. Modeling the Assessment of the Probability of Shadowing and Spread of Corruption in the Social System and the Sphere of Public Services, 2019 9th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Ceske Budejovice, Czech Republic, 2019, pp. 388-392, doi: 10.1109/ACITT.2019.8780106.
7. Syed Mohamed, Mohamed Ariff and Ratnatunga, Janek (2008) *Do accounting and finance tools serve governance?* International Journal of Economics and Management, 2 (1). pp. 1-27.
8. State budget revenue and expenditure, years 15 May 2018. URL: <https://www.stat.ec/5372>.
9. Зенюк Д.А., Малинецкий Г.Г., Фаллер Д.С. Социальная модель коррупции в иерархических структурах. Препринты ИПМ им. М.В.Келдыша. 2013. № 87. 27 с.

### References

1. Avhustyn, R. R. (2014). Uzahalnennya svitovoho dosvidu formuvannya efektyvnoyi systemy detinizatsiyi natsionalnoho hospodarstva [Generalization of world experience formation of effective national economy de-shadowing systems]. *Academic papers collection. Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny*, 192-197. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/uzagalnennya-svitovogo-dosvidu-formuvannya-efektivnoyi-sistemi-detinizatsiyi-natsionalnogo-gospodarstva>.
2. Freitas F. D. and Luis Varricchio S. (2013). A power system dynamical model in the matrix polynomial description form. *IEEE Power & Energy Society General Meeting*, Vancouver, BC, 2013, pp. 1-5, doi: 10.1109/PESMG.2013.6672952.

3. Bryhilevych I. (2018). Diialnist TsNAP ta otsinka yakosti nadannia administratyvnykh posluh [CNAP activities and assessment of the quality of administrative services]. Available at: [http://old.decentralization.gov.ua/pics/attachments/Posibniik\\_CNAP.pdf](http://old.decentralization.gov.ua/pics/attachments/Posibniik_CNAP.pdf).
4. Diialnist Pensiinoho fondu (osnovni zavdannia ta normatyvno-pravovi zasady diialnosti orhanu). (2015). Available at: <http://www.pfu.gov.ua/informatsiya/struktura/tsentralnij-aparat/diialnist-pensijnogo-fondu-osnovni/>.
5. Digital Government Strategies for Transforming Public Services in the Welfare Areas. (2016) Available at: <http://www.oecd.org/gov/digital-government/Digital-Government-Strategies-Welfare-Service.pdf>
6. Avhustyn R., Demkiv I, Kotys N. (2019). Modeling the Assessment of the Probability of Shadowing and Spread of Corruption in the Social System and the Sphere of Public Services, 2019 9th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Ceske Budejovice, Czech Republic, pp. 388-392, doi: 10.1109/ACITT.2019.8780106.
7. Syed Mohamed, Mohamed Ariff and Ratnatunga, Janek (2008). Do accounting and finance tools serve governance? International Journal of Economics and Management, 2 (1). pp. 1-27.
8. State budget revenue and expenditure (2018). years 15 May 2018. Available at: <https://www.gov.uk/government/publications/budget-2018-documents/budget-2018>.
9. Zenyuk D.A., Malinetskiy G.G., Faller D.S. Sotsial'naya model' korruptsii v ierarkhicheskikh strukturakh. [Social model of corruption in hierarchical structures.]. Preprinty IPM im. M.V.Keldysha. 2013. № 87. 27 s.

Статтю отримано 15 лютого 2021 р.

## THE CONSUMER VALUE OF GOODS IN THE CONTEXT OF THE DIGITALIZATION OF THE ECONOMY\*

**Vitalina Babenko**

Doctor of Economic Sciences, Ph.D (Technical Sciences), Professor  
V.N. Karazin Kharkiv National University  
Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022  
e-mail: vitalinababenko@karazin.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4816-4579>  
Scopus Author ID: 56658371300

**Hanna Fedorova**

Lecturer  
V. N. Karazin Kharkiv National University  
4, Svobody sq., Kharkiv, Ukraine, 61022  
e-mail: g.y.fedorova@karazin.ua

**Boris Pokhodenko**

V.N. Karazin Kharkiv National University  
Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022  
E-mail: boris.pokhodenko@karazin.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9995-7077>

*The object of the research* is the consumer value of a product as the basis for the quality of an enterprise's products in the context of the digitalization of the economy. *The purpose of the work* is to formulate a set of recommendations for increasing the consumer value of the product on the basis of research and assessment of the consumer value of the product as the basis for product quality. *The research methods* are based on three main approaches: monetary, non-monetary and synthetic. In the course of the study, the methodological foundations of the formation of the consumer value of products were considered, the influence of the consumer value on the quality of products was investigated, the consumer value of products was analyzed in the context of the digitalization of the economy. *As a result of the study*, practical recommendations and measures were developed to increase the consumer value of products in the context of the digitalization of the economy. The results of the study are to develop a set of measures to improve the production process of the enterprise in order to increase the quality of products by increasing consumer value in the context of the digitalization of the economy. *Research prospects*: it is planned to study more deeply the problems of interaction between product quality and consumer value, develop a complex and a program to increase the consumer value of products in the context of the digitalization of the economy.

**Keywords:** consumer value, digitalization of the economy, market entities, enterprise of market, consumer market.

**Introduction.** In a modern market, the consumer value of a product can be directly considered as one of the important regulators of product quality in the market for goods and services provided by various enterprises. Today on the market there is a huge number of all kinds of products with very different prices, it would seem, for the same goods. At the same time, equal prices for goods, obviously, from the point of view of the buyer, do not correspond to these prices. Each of the consumers gives preference to the product that is of the greatest value to him. In the other words, as F. Kotler [11] notes "seeks to maximize value", starting from his idea of the product quality, its value and all kinds of costs for its operation. Thus,

it can be concluded that the consumer value of the product is not equal for all buyers, it is individualized for each of the consumers. However, basically, in accordance with the laws of mathematical statistics, the average established market value of a product is almost always close to its true consumer value.

In the current conditions of digitalization of the economy, many enterprises are faced with rather tough competition in their trade, which every year more and more takes place. The bulk of the leading Western companies have moved from a "product and marketing philosophy" to a "consumer and marketing philosophy." Leading companies are focusing tremendous attention on the study and

\* **Cite as:** Babenko, V., Fedorova, H., Pokhodenko, B. (2021). The Consumer Value of Goods in the Context of the Digitalization of the Economy, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism.* 13, 38-49. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-04>

satisfaction of consumer needs. In order to deserve a high place in the modern market, enterprises simply need to provide their consumers with any value, as a product or service, thereby providing the consumer with the best and highest quality product. However, this is not always enough, in addition to the above, it is necessary to form in the consumer a certain concept of the importance of the goods, which will be associated with the enterprise itself or the products that it produces.

**Materials and Methods.** The purpose of the article is to formulate a set of recommendations for increasing the consumer value of a product in the context of the digitalization of the economy on the basis of research and assessment of the consumer value of a product as the basis for product quality.

In accordance with the above goal, the following tasks were identified during the study:

1. Consideration of the theoretical foundations of the formation of the consumer value of the product and its methodology.

2. Analysis of the ways and methods of influence of enterprises on the formation of consumer value in the context of the digitalization of the economy.

3. Assessment of product quality by assessing the consumer value of a product in the context of digitalization of the economy.

The theoretical basis of the study was the works of domestic and foreign researchers, specialists in the field of product quality, the foundations of digitalization of the economy.

While conducting a study of the consumer value of a product as the basis for product quality, three main approaches were studied: monetary, non-monetary and synthetic, combining elements of the two previous ones. During the study, it became clear that the most suitable for analyzing and assessing the consumer value of a product in the context of the digitalization of the economy is a non-monetary approach. In practice, one of the main and frequently used methods of the non-monetary approach, the Kano method, was applied.

**The concept and essence of the digital economy.** The concept and essence of the digital economy. Don Tapscott, a Canadian entrepreneur, consultant and CEO of Tapscott Group, is considered to be the "father of the digital economy [13]." Published in 1994, his book "Digital Economy" became the first book to describe the system of a virtual economic system. The digital economy can be viewed from a variety of perspectives. In our opinion, the digital economy is: - a type of economy characterized by the active introduction and practical use of digital technologies for collecting, storing, processing, transforming and transmitting information in all spheres of human activity; - a system of socio-economic and organizational-technical relations based on the use of digital information and telecommunication technologies; is a complex organizational and technical system in the form of

a set of various elements (technical, infrastructural, organizational, software, regulatory, legislative, etc.) with distributed interaction and mutual use by economic agents for the exchange of knowledge in conditions of permanent development. The key in defining a digital system is the exchange of knowledge, the technologies that enable it, and the people who are able to participate in and manage this exchange [5, 10].

In many countries, considerable attention is paid to the formation of a digital society, which is confirmed by the adopted strategies / programs for the development of the digital economy, including [11-15]: 2000 - Denmark, 2005 - Singapore, 2008 - Australia, Hong Kong, Great Britain, New Zealand, 2009 - the European Union as a whole, 2010 - Canada, 2012 - Malaysia, 2013 - South Korea, 2015 - India, Kazakhstan.

It is estimated that the share of the digital economy in the GDP of the world's largest countries in 2030 will reach 50-60%. In Ukraine, this figure, according to the Ukrainian Institute of the Future, may be even higher - 65% of GDP (for the implementation of the forced scenario of digital economy in Ukraine) [16]. Digitalization is one of the main factors in the growth of the world economy in the next 5-10 years. In addition to the direct productivity gains that companies receive from digital technologies, there is a chain of indirect benefits of digitalization, such as saving time, creating new demand for new products and services, new quality and value, and so on.

Digitalization will be the main tool to achieve Ukraine's strategic goal - to increase GDP by 8 times, up to 1 trillion dollars. in 2030E, and ensuring the well-being, comfort and quality of life of Ukrainians at a level higher than the European average [16].

Problems that hinder the development of digital trends in Ukraine and the transformation of the Ukrainian economy into digital [1, 7]:

1. Institutional

- Low involvement of state institutions in the implementation of the Concept of Digital Economy and Society Development (Digital Agenda of Ukraine)

- Inconsistency of the profile legislation with global challenges and opportunities (progressive developed bills have not yet become laws)

- Inconsistency of national, regional, sectoral strategies and development programs with digital opportunities.

2. Infrastructure

- Low level of coverage of the country's territory by digital infrastructures (for example, the EU's goal by 2020E to cover 100% of the territory with broadband Internet access, in Ukraine this figure is about 60%)

- Lack of separate digital infrastructures (for example, Internet of Things infrastructure, electronic identification and trust, etc.).

- Unequal access of citizens to digital technologies and new opportunities (digital divide).

### 3. Ecosystem.

- Weak state policy on incentives and incentives for the development of innovative economy.

- Immature investment capital market.

- Outdated education system, teaching methods, lack of focus on STEM-education, soft skills and entrepreneurial skills, imperfect models of technology transfer and consolidation of knowledge and skills.

- Shortage of highly qualified personnel for the full development of the digital economy and digitalization in general.

### 4. In the field of e-government and governance ("state in a smartphone")

- Low level of automation and digitalization of public services due to weak motivation of government agencies (there is no full understanding of the potential benefits of total digitalization).

The main goals of the national Program "Digital Economy" are as follows: increasing the involvement of citizens and business entities from working in the digital space; creation of an infrastructure that ensures the interaction of subjects in the digital space; the emergence of sustainable digital ecosystems for business entities; reducing the costs of business entities and citizens when interacting with the state and among themselves; increasing the competitiveness of the economy, business entities and citizens through digital transformations in all spheres of society's life. The target indicators for the development of the digital economy are the following [4, 5, 11]: the share of online commerce in GDP is at least 5% (current value 2.4 %); the share of the digital economy in GDP is at least 20% (current value is 11%); the share of people employed in the high-tech digital segment of the economy; the total capitalization of companies in the digital technology sector; share of exports of digital goods and services, as well as exports of traditional goods and services through digital channels in total exports.

The main components of the digital economy today are consumption / e-commerce, investment in development, public administration, export-import activities. The largest share in the total volume of the digital economy is consumption as a form of virtual commerce. In recent years, the share of e-commerce has grown by 35-40%, in the total volume of retail sales it is about 5%, but still very small compared to the G20 countries [3, 9]. Virtual commerce is most widespread in the segments of household appliances and electronics, clothing and footwear, furniture and household goods. These categories account for 80% of the global e-commerce market. The market for virtual food products is also actively developing, especially in large cities. The most important instrument of the economic system, including the

digital economy, is money, which has undergone a significant evolution in its development.

### Consumer value of goods.

Today on the market there is a large number of various products (goods and brands) with very different prices for seeming (to the buyer) identical goods and at the same time the same prices for goods, which obviously, in the buyer's opinion, do not correspond to these prices [1, 3]. Each consumer chooses the product that is of the greatest value to him, based on his idea of the quality of the product, its price and possible operating costs. It turns out that the consumer value of a product is not the same for all buyers, it is highly individualized, although in its mass, according to the laws of mathematical statistics, the weighted average market value of a product always approaches its true consumer value [4].

So what are the factors that determine the value of a product? The consumer value of a product depends not only on the performance indicators of quality, but also on a number of other consumer values that directly or indirectly characterize the product.

All consumer values can be conditionally classified into several categories that differ from each other by temporary factors of action: basic, permanent, temporary values, accompanying, introduced, universal [6].

Basic values are consumer values embedded in the product at the design stage and characterized by performance indicators of quality, which include indicators of purpose (functional), reliability (reliability, durability, maintainability, preservation), technical aesthetics (composition integrity, perfection marketable), environmental (physical, chemical, microbiological), ergonomic (compliance with ergonomic requirements in the working area), patent law (patent purity, patent protection), safety and portability.

The listed indicators characterize the product throughout its entire life cycle. They can be improved, changed, but their initial nomenclature does not change. These indicators define the basic consumer quality, which is the basis for comparison with competitors' products.

The basic values include the cost of production, which characterizes the production and technological base of the manufacturer and its resource potential. The cost of manufacturing products is actually the sum of the costs of creating and selling products with specified basic quality indicators, i.e. there is a high correlation between the basic quality of the product and the cost of its manufacture.

Permanent, temporary, concomitant and introduced consumer values complement the basic ones. Additional values do not change the basic quality inherent in product design, but enhance or shade its effect in the eyes of the consumer, which is expressed in an increase in the consumer value of the product.



Permanent values are such additional consumer values that operate throughout the entire life cycle of a product, but are not directly related to the basic values, but indirectly. For example, the image of the manufacturer of the products, the prestige of the store, the certificate for the quality system, the popularity of the brand, etc. These values have different ratings [8]. Their impact on the buyer can significantly increase the consumer value of the product. In some cases, the influence of only these values ensures long-term liquidity of products, even if they are inferior to competitors in terms of basic indicators. A firm's image, for example, also acts as a signature of a famous artist.

Temporary values are additional values that are directly related to the type and quality of products, but act temporarily, sometimes seasonally, usually less than the product's life cycle: novelty, fashion, prestige. These values, as a rule, keep the prices of the products hitting for a while. Ideally, when the life cycle of a product is commensurate with the duration of temporary values. Temporary values are realized by the potential possibility of a markup to the cost of goods, decreasing in time (due to its obsolescence).

Associated values are additional consumer values that are not directly related to the product, but facilitate or complicate the conditions for its purchase or operation: seasonal demand for products, inflation rate (for exported or imported goods). Associated values can both contribute to the liquidity of the product and make it difficult to sell it. The markup to products due to the action of accompanying values can fluctuate significantly over time.

Introduced values - informational values: advertising, exhibitions, contests, which in themselves do not have either direct or indirect relation to the product, but due to new or repeated information about the values related to the product, significantly increase its consumer value in the eyes of many buyers. Introduced values also include rumors, opinions, life experiences. The impact of the value added can be both temporary and permanent (eg advertising). The values introduced in time act in a similar way to the accompanying ones. The fluctuating nature of the mark-up is caused by the weakening in time of the impact of information activities (before its renewal).

Most of the products, as a rule, do not have additional consumer values. This is especially true for materials, semi-finished products, component parts, the value of which is professionally assessed by consumers according to basic characteristics, therefore, their value on the market can be predicted with a high probability even during the development period. Since additional values are expressed as a markup to the cost price, the share of this markup can be considered the profitability of the product due to a specific consumer value.

Universal values are the market value of a product or a price. Price is the main value, which, like a mirror, is adequate to consumer properties, but with some error caused by the stochastic nature of the dependence of price and quality. At the same time, the price, whatever the product, has a universal dimension (in monetary terms), i.e. it can be used to compare the value of products of different types and quality.

Successful promotion of a new product to the market will largely depend on the correct consideration of all factors affecting the liquidity of the product, and especially on the manufacturer's ability to identify or form additional consumer values that enhance the basic quality of the product.

So, from all of the above, we can conclude that quality indicators, which are the main category of consumer values, create a base (basis) for the formation of prices, the cost of production, depending on its initial quality. Based on the basic values (quality indicators), all subsequent values are formed that are part of the consumer value of the product. Only a few have no connection with basic values, they were noted above.

The quantitative characteristic of one or more properties of a product that make up its quality is called an indicator of product quality.

The high quality of products is predetermined by various factors, the main of which are [5]:

- - factors of a technical nature (constructive, technological, metrological, etc.);
- - factors of an economic nature (financial, regulatory, material, etc.);
- - factors of a social nature (organizational, legal, personnel, etc.).
- - The set of product quality indicators can be classified according to the following criteria:
  - - by the number of characterized properties (single, complex and integral indicators);
  - - in relation to various properties of products (indicators of reliability, manufacturability, ergonomics, etc.);
  - - by the stage of determination (design, production and operational indicators);
  - - by the method of determination (calculated, statistical, experimental, expert indicators);
  - - by the nature of use to assess the level of quality (basic and relative indicators);
  - - by the way of expression (dimensional indicators and indicators expressed in dimensionless units, for example, points, percentages).

A product quality indicator characterizing one of its properties is called a single product quality indicator (for example, power, fuel calorific value, etc.).

When applying the complex method, a complex quality indicator is used, which is determined by bringing together individual indicators using the

weight coefficients of each indicator. In this case, the functional dependence can be used:

$$K = f(n, b_i, k_i), \quad i = 1, 2, 3, \dots, n_i,$$

where  $K$  – complex indicator of product quality;  
 $n$  – number of indicators taken into account;  
 $b_i$  – the weighting factor of the  $i$ -th quality indicator;

$k_i$  –  $i$ -th quality indicator (single or relative).

The algorithm for calculating the complex quality indicator is shown in Fig. 1. To determine the nomenclature of quality indicators, weight coefficients and the type of functional dependence  $f$ , experimental-statistical and expert methods are used.

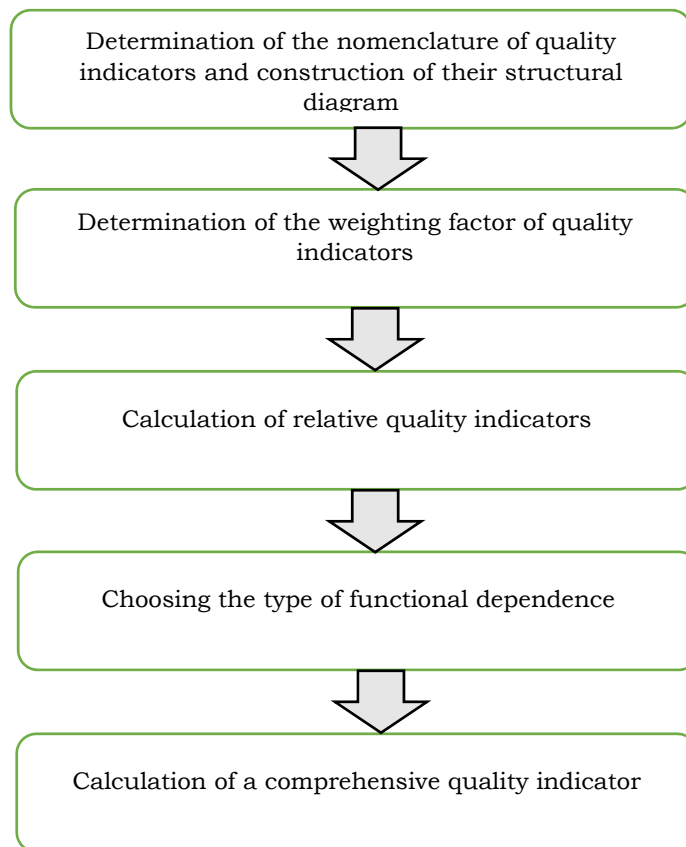


Fig. 1. Algorithm for calculating a complex quality indicator

Among the quality indicators, there are those that cannot be expressed in numerical values (shades, smell, timbre, etc.). They are determined using the senses (organoleptically) and are called sensory characteristics.

Assessment of the level of product quality can be carried out by differential or complex methods. When using the differential method, a comparison is made of single indicators of the quality of new products with identical basic quality indicators, and in the case of a complex method, actual complex indicators with basic complex indicators.

The numerical values of quality indicators are established using objective and subjective methods. Objective methods: measuring, registration and calculation. Subjective methods: organoleptic, sociological and expert. Objective methods are based on the use of technical measuring instruments, registration, counting events, performing calculations. The basis of subjective methods is the analysis of the perception of the human sense organs, the

collection and consideration of various opinions, decisions made by a group of expert experts.

There is established the following nomenclature of the main 10 groups of quality indicators according to the properties of products characterized by them [4]:

1. Indicators of purpose characterize the properties of the product, which determine the main functions for which it is intended, and determine the scope of its application.

This group includes:

a) *classification indicators* that establish the belonging of products to the classification group (vehicle classes, instrument accuracy, etc.);

b) *functional (operational)*, characterizing the useful result from the operation of products (computer speed, mill productivity, measuring instrument accuracy, etc.);

c) *constructive*, giving an accurate idea of the main design solutions of products (diesel engines, gasoline, electric, etc.);

d) *indicators of composition and structure* that determine the content of chemical elements and

their compounds in products (percentage of sulfur and ash in coke, etc.). The indicators of this group play a major role in assessing the level of quality; they are often used as optimization criteria and are used in conjunction with other types of indicators.

2. *Indicators of reliability* characterize the properties of reliability, durability, maintainability and preservation.

Reliability - the property of a product to remain operational for some time or operating time.

Durability - the property of a product to maintain performance up to the limit state with the necessary breaks for maintenance and repair.

Maintainability is the ability of a product to undergo repair.

Preservation is the property of products and products to maintain a sound and consumable condition during the storage and transportation period specified in the technical documentation, as well as after it.

3. *Ergonomic indicators* characterize the "person - product" system and take into account the complex of human properties manifested in production and household processes. These include hygienic (illumination, temperature, pressure, humidity), anthropometric (clothes, shoes, furniture, control panels) and psychophysiological (speed and power capabilities, hearing thresholds, vision, etc.).

Psychophysiological characterizes the fitness of the product to the human sense organs.

Psychological characterizes the ability to perceive and process various information.

Physiological characterizes the permissible physical activity on various human organs.

4. *Aesthetic indicators* characterize information expressiveness, rationality of form, integrity of composition, perfection of production performance, stability of presentation (characteristics of artistic styles, shades, smells, harmony, etc.).

5. *Manufacturability indicators* characterize the properties of products that determine the optimal distribution of the costs of materials, time and means of labor in the technical preparation of production, manufacture and operation of products. These are indicators of labor intensity, material and capital intensity, the cost of products. Both general (total) and structural, specific, comparative or relative indicators are calculated.

6. *Indicators of standardization* and unification characterize the saturation of products with standard, unified and original parts, as well as the level of unification with other products.

The main indicators of unification are the coefficients of applicability, repeatability, mutual unification for product groups, the proportion of original parts (assemblies). All government and industry standard parts are standard.

7. *Patent and legal indicators* characterize the degree of updating of technical solutions used in

products, their patent protection, as well as the possibility of unimpeded sale of products in our country and abroad (the number or proportion of patented or licensed parts (assemblies), etc.).

8. *Environmental indicators* characterize the level of harmful effects on the environment arising from the operation or consumption of products. For example, the content of harmful impurities released into the environment, the likelihood of the release of harmful particles, gases, radiation during storage, transportation and use of products, the MPC level.

9. *Safety indicators* characterize the features of a product that determine human safety during its operation or consumption. They reflect the requirements for the norms and means of protecting people in the area of possible danger in the event of an emergency, and are provided for by the system of state standards for labor safety, as well as international standards.

10. *Economic indicators* characterize the costs of development, manufacturing, operation or consumption of products, taken into account in the integral indicator of product quality (various types of costs, cost, price, etc.), when comparing various product samples - technical and economic indicators.

Table 1 shows an example of the use of some basic indicators for products that are consumed in use and consume their resource.

### **Measures to increase the consumer value of goods.**

It is important for every seller that their product gets as much attention as possible. In order to achieve high demand for products, it is necessary to clearly understand the true needs of potential buyers. Only in the case when the manufacturer of the goods thinks not only about his own profit and profit, but also about the desires and needs of the buyer, a high demand and interest in the product is created. The growth and success of the company fully depend on how much the client's needs are taken into account and the quality of their satisfaction. If the organization's products do not meet the needs of the customer, or does not satisfy them insufficiently, then the flow of customers can either decrease, or it simply becomes insufficient to support the business. By choosing the right strategy and taking a series of measures, the company can not only justify the high price of its product, but also increase the perceived value of the product [13].

The consumer value of a product is the ratio between the benefits that the customer receives as a result of the purchase and use of the product and the cost of purchasing it. An increase in this indicator not only allows the organization to stay in its price category, but also in the long term, makes it possible to rise one step higher. For successful promotion in the modern market, an enterprise needs to clearly and economically justify the pricing of goods. The main and most

important task in increasing the consumer value of a product is the identified economic benefit for the consumer. Initially, it is necessary to help the client find the reasons for the problems that he encountered at the stage of selection, and find solutions for them. In order to determine what still constitutes the greatest value in product characteristics and minimizes consumer risks,

various approaches and methods have been created to assess and analyze the consumer value of a product. The formation of a strategy for increasing value implies a change in the emphasis of marketing policy from a product to a business process.

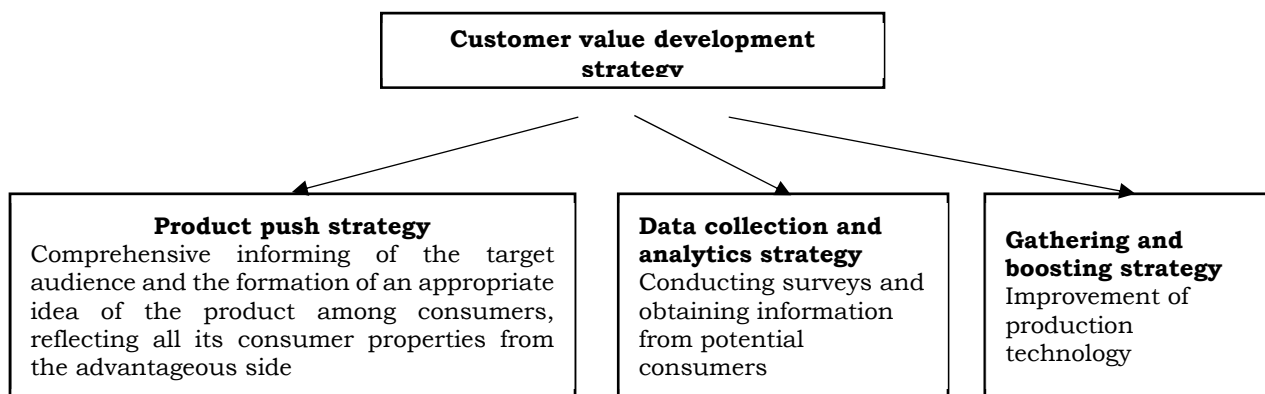
The main ways of developing the consumer value of the product are shown in Figure 2 [3].

Table 1

**Applicability of some indicators of product quality by type**

Product quality indicators	Products consumable in use			Products that consume their resources	
	Raw materials and natural fuels	Materials and products	Consumables	Repaired products	Non-repaired products
Functional suitability	+	+	+	+	+
safety:	+	+	+	(+)	(+)
reliability	-	-	(+)	+	+
durability	-	-	(+)	+	+
maintainability	-	-	(+)	-	+
persistence	+	+	+	+	(+)
Ergonomics	-	-	+	(+)	(+)
Aesthetics	(+)	(+)	(+)	(+)	(+)
Manufacturability					
in production	+	+	+	+	+
In use	(+)	(+)	+	(+)	+
Resource consumption	-	-	-	(+)	(+)
Security	(+)	(+)	(+)	(+)	(+)
Environmental friendliness	(+)	(+)	(+)	(+)	(+)

sign "+" means applicability, sign "-" inapplicability sign "(+)" limited applicability of some groups of this type of product.



Source: compiled by the author

Figure 2 - Strategies for increasing customer value

To determine the consumer value of a product for a trade enterprise, the Kano method was

applied, which belongs to a non-monetary approach to assessing and analyzing the

consumer value of a product. On the basis of my research, it is possible to form a certain dependence of the influence of factors and

characteristics of a product on its quality and the degree of their significance for the consumer. The comparison results are presented in Table 2.

Table 2

**Significance of attributes by gradation**

Attributes according to customer value	Attributes by the degree of influence on the quality of the goods
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Updated recipe</li> <li>• Low price</li> <li>• Discount when buying a certain amount</li> <li>• Updated, improved packaging</li> <li>• External presentation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Low price</li> <li>• Discount when buying a certain amount</li> <li>• Updated, improved packaging</li> <li>• Updated recipe</li> <li>• External presentation</li> </ul>

Source: compiled by the author

Based on the table, it is obvious that the external presentation as a characteristic of the product is the most significant attribute in the formation of the consumer value of the products of the trade enterprise. It is also worth noting that this factor has the most intense impact on the quality of the company's goods. This factor is directly related to product quality and is an indicator of it. This means that a product improvement strategy can be used as the main strategy for increasing customer value.

This strategy is more logical and easier to justify a high price. Improvements and changes will help to further reduce consumer costs. The actions that will be taken under this strategy involve all three main attributes of customer value, which have a large impact on product quality. In the case of improving the presentation of the product, it is necessary, first of all, to find out what defects in the appearance have been identified during the entire existence of the product. This can be both damage received during transportation, and errors, and insufficient control of technologists over the preparation of products. Thus, consumer enterprises can get substandard goods on the shelves. Both of the above reasons for the appearance of substandard goods on the shelves of goods take place.

The factor of damage to goods during transportation, unloading and display of goods can be excluded due to a more thorough examination of the product upon receipt by the consumer enterprise. However, there is a risk that intermediary enterprises may turn out to be unscrupulous and, if the goods are damaged through their own fault, they will sell substandard goods at a quality price, not wanting to lose money that they would not have received if they were sold at a reduced interest rate. Unfortunately, this risk is almost impossible to exclude. In the case when mistakes and low qualification of technologists are the reason for the deterioration of the external presentation, serious measures must be taken. Firstly, it is necessary to ensure more careful supervision of the process of processing, preparation and production in general. Secondly, advanced training of technologists will allow not only to improve the quality of products, but also to

improve the production processes themselves. The next factor in terms of the degree of influence on product quality is the renewal of the product recipe. 54% of respondents believe that the renewal of the recipe will lead to an increase in the consumer value of the product [16]. However, the opportunity to generate consumer interest by updating products should not be underestimated.

In other words, the excitement caused by new products in the range of offered goods, combined with the quality of these new products, will directly affect the consumer value of the product. However, this path has its own risks, as changes in the structure of some recipes and taste changes can lead to both positive and negative consumer reviews. That is why it is necessary to introduce innovations into the production process deliberately, gradually and release a new product in small batches. Trial limited editions will allow not only to assess the reaction of the end user, but also to protect the enterprise from high costs and losses in case of unsuccessful introduction of changes. Improvements and changes in packaging do not affect the quality of the line, however, for 80% of respondents, bright and memorable packaging plays an important role in making a purchase decision. Product packaging is its face, and this is the first thing the buyer will pay attention to when choosing, in addition to the price. In other words, all other things being equal, the one that is more aesthetic and noticeable among the many similar products will be chosen from the two products. In order for the improvement of packaging to somehow affect the quality of products, it is possible, in addition to the appearance, to improve the quality and tightness of the packaging. By purchasing higher quality materials, be it wrapping paper and materials for vacuum, or plastic containers, the company will increase the consumer value of the product. This is one of the most inexpensive, however, effective ways. In the course of the study, such attributes as a reduced price (the price is lower than that of a competitor) and a discount when buying a certain amount took the first places among the available factors. These factors will directly increase customer value, but this will not affect product quality in any way.

In the first case, price reduction can only be an extreme measure applied to increase the consumer value of the product. With a decrease in price, the difference between the cost of goods and the cost of its production decreases, at the same cost. This option for increasing customer value can only be used in critical situations. For example, when a competing enterprise appeared, a significant number of consumers were lost, the enterprise dumped, thereby attracting attention to itself and making its products more attractive. Such a strategy should not be protracted, as otherwise the organization will suffer heavy losses, up to and including liquidation. A high price justification strategy is the opposite example. For example, a newly-made competitor firm sets prices for its goods lower than ours, which led to a decrease in sales volumes, and hence a decrease in income. To maintain profitability, it is necessary to maintain the price level, which means that the only way out of this situation may be to justify the cost of products and convince the consumer that it is profitable for him to purchase our product.

In conclusion, I would like to note that the choice of a strategy to increase the consumer value of a product is only behind the management of the

enterprise. In order to select the correct and effective strategy, it is necessary not only to analyze the statistics of sales, profits, but also special attention must be paid to the preferences of consumers and the desired factors that they want to see in the purchased product. In today's competitive environment, customer value is one of the deciding factors in product sales. However, most enterprises in every possible way neglect the assessment of consumer demand, and then the needs and expected benefits from the acquisition, as well as the quality of the goods, decrease, thereby increasing the purchasing risks and costs of using the goods. This phenomenon adversely affects not only consumers, but also manufacturers of products. This neglect not only reduces sales, revenues and profits, but also leads to the death of the enterprise.

Analysis and assessment of customer value should become an integral procedure of every leading and successful organization in today's market. As a result, consumers will receive high-quality goods, with all the necessary characteristics, and enterprises will make profit, growth and leading positions among competitors. The detailed results of the customer value assessment are presented in Table 3.

Table 3

**Positive evaluation and analysis results for consumers and producers in action**

Manufacturing company	Consumers
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profit growth;</li> <li>• Reducing the risks of unsold goods;</li> <li>• Decrease in production costs;</li> <li>• Entering a leading position in the market;</li> <li>• Obtaining advantages over competitors;</li> <li>• Gaining a good reputation as a result of the production and release of quality products</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducing purchasing risks;</li> <li>• Obtaining a quality product that meets all the requirements and DSTU;</li> <li>• Purchase of goods with the desired characteristics;</li> <li>• Possibility of long-term cooperation on favorable terms</li> </ul>

Source: compiled by the author

Thus, consumer value can rightfully be considered one of the foundations for obtaining a quality product. Production of goods, taking into account all the desired factors and characteristics for the consumer, the basis of a quality product and the successful existence of a competitive enterprise in a market economy.

**Conclusion**

Based on the work done, the following conclusions can be drawn. The topic of consumer value as the basis for the quality of an enterprise's products is not considered fully studied. Currently, there is no single definition of this concept and any clear developments and programs to increase customer value. Researchers studying this topic and problem are constantly expanding not only the concept of quality, but also, considering the theory of the basis of consumer choice and value, develop ways and methods of increasing it. Based on the analysis that was carried out within the framework of the study, the following definitions of consumer value can be formed: 1) the ratio between the benefits that the

client receives as a result of the purchase and use of the product and the cost of purchasing it; 2) everything that is important for the consumer in relation to the product, namely the properties and characteristics that he is willing to pay; 3) what the consumer is guided by when purchasing any kind of goods.

Quality refers to the ability of a product to meet the needs and expectations of the consumer. From the formulations of the concept of "product quality" considered in the work, it can be concluded that quality can be assessed through a quantitative measurement of the real properties of a product and a quantitative assessment of the needs that these properties must satisfy. The problem of an adequate quantitative assessment of product quality is complicated by the establishment of a single numerical characteristic and all properties that correspond to inconstant and uncertain real-life and anticipated needs.

Despite the fact that solving problems of analyzing and comparing the compliance of the objective properties of various products with the

subjective needs of individual consumers is a difficult task of assessing quality, specialists in various fields of activity are constantly developing new methods for solving them. In the course of the study, it became clear that in determining the customer value, quality characteristics play an important role in the acquisition. The problem of assessing value lies in the absence of a unit of assessment, and also in the fact that each person has his own level of needs, which means that for each the assessment of consumer value will be different. Such an assessment can be made only conditionally.

There are three main methods for assessing value: monetary, non-monetary, synthetic (a combination of the two previous methods). Each of the methods has its own advantages and disadvantages, and the field of application and differ depending on the chosen measurement methods. To assess and analyze the consumer value of a trade enterprise, a non-monetary value assessment approach was chosen. For the study,

a questionnaire was conducted using the Kano method. Out of the five selected attributes, the external presentation and bright updated packaging were noted by 80 percent of the respondents, and these characteristics also directly affect the quality of the product.

Thus, product improvement can be considered a valid strategy for increasing customer value. Thanks to the chosen value-adding strategy, the products will become of higher quality and in demand among customers. Taking into account the preferences and desires of consumers for the characteristics of the product, one can correctly choose the direction of the strategy, which will entail an increase in the perceived value. Increasing the consumer value of products is one of the most pressing and complex problems of the enterprise, however, having found a solution, the enterprise expects a rapid increase in product output, profits and the opportunity to take a leading position in the market among competitors.

---

### **Литература**

1. Babenko, V. Gas supply security model to EU consumers. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism. 2020. (12), 78-87. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2020-12-07>
2. Babenko V., Sidorov V., Savin R. Activity of agroholdings in the world market of agricultural products in the context of globalization. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism. 2018. № 8. Pp. 101-106. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2018-8-11>
3. Biletska, Y., Babenko, V., Gusliev, A. Marketing studies of consumption preferences at developing dietary products. EUREKA: Social and Humanities. 2019. 5, pp. 16-21. <https://doi.org/10.21303/2504-5571.2019.001009>
4. Byrne Patrick, Mitchell Mark. The Story of Deep Capture. 2014. URL: <http://www/deepcapture-the-stol.pdf> (дата звернення: 02.03.2021)
5. Davidson Steven, Harmer Martin, and Marshall Anthony. The New Age of Ecosystems. IBM Institute for Business. 2015.
6. John F., Nash Jr. Ideal Money and Asymptotically Ideal Money. 2014. URL: <http://sites.stat.psu.edu/~babu/nash/money.pdf> (дата звернення: 29.03.2021)
7. Kosten Dmitri. Bitcoin Mission Statement. Or What Does It Mean Sharing Economy and Distributed Trust? 2015. URL: <http://ssrn.com/abstract=2684256> (дата звернення: 02.03.2021)
8. Malyarets, L., Iastremska, O., Herashchenko, I., Iastremska, O., Babenko, V. Optimization of Indicators for Management of Enterprise: Finance, Production, Marketing, Personnel. Estudios de Economía Aplicada. 2021. Vol. 38-3(1), pp. 1-13. <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i4.4028>
9. Thomas Piketty, and Goldhammer Arthur. Capital in the Twentyfirst Century. Cambridge Massachusetts: Belknap of Harvard UP, 2014. Print. 452 p.
10. Phelps J. Pyramids are Tombs. Traditional corporate structure, like the 20th century, is history. 2015. URL: [http://pyramidsaretombs.com/Company\\_Organisation/?chapter=116](http://pyramidsaretombs.com/Company_Organisation/?chapter=116) (дата звернення: 01.04.2021)
11. Котлер Ф. Основы маркетинга. Перевод на русский язык: В. Б. Бобров. М., 1990.
12. Shorrocks Anthony, Davies James, and Lluberias Rodrigo. Credit Suisse Global Wealth Databook 2013. URL: <https://publications.creditsuisse.com/tasks/render/file/?fileID=1949208D-E59A-F2D9-6D0361266E44A2F8> (дата звернення: 29.03.2021)
13. Noyola E. Ethereum, tokens & smart contracts. Notes on getting started. New York: Wiley, 2017. 216 p.
14. Shermin V. Disrupting governance with blockchains and smart contracts // Review of Financial Economics, 2017. Vol. 25 (5). P. 499 – 509.
15. Stoilov R. Solidity Smart Contracts: Build DApps in Ethereum Blockchain. New York: Routledge, 2019. 95 p.

### **References**

1. Babenko, V. (2020). Gas supply security model to EU consumers. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism, (12), 78-87. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2020-12-07>

2. Babenko V., Sidorov V., Savin R. (2018). Activity of agroholdings in the world market of agricultural products in the context of globalization. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism. № 8. Pp. 101-106. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2018-8-11>
3. Biletska, Y., Babenko, V., Gusliev, A. (2019). Marketing studies of consumption preferences at developing dietary products. EUREKA: Social and Humanities, 5, pp. 16-21. <https://doi.org/10.21303/2504-5571.2019.001009>
4. Byrne Patrick, Mitchell Mark. (2014). The Story of Deep Capture. URL: <http://www/deepcapture-the-stol.pdf>
5. Davidson Steven, Harmer Martin, and Marshall Anthony. (2015). The New Age of Ecosystems. IBM Institute for Business. Value, 16.
6. John F., Nash Jr. (2014). Ideal Money and Asymptotically Ideal Money. URL: <http://sites.stat.psu.edu/~babu/nash/money.pdf>
7. Kosten Dmitri (2015). Bitcoin Mission Statement. Or What Does It Mean Sharing Economy and Distributed Trust?. URL: <http://ssrn.com/abstract=2684256>
8. Malyarets, L., Iastremska, O., Herashchenko, I., Iastremska, O., Babenko, V. (2021). Optimization of Indicators for Management of Enterprise: Finance, Production, Marketing, Personnel. Estudios de Economía Aplicada, Vol. 38-3(1), pp. 1-13. <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i4.4028>
9. Thomas Piketty, and Goldhammer Arthur (2014). Capital in the Twentyfirst Century. Cambridge Massachusetts: Belknap of Harvard UP. Print. 452p.
10. Phelps J. (2015). Pyramids are Tombs. Traditional corporate structure, like the 20th century, is history. URL: [http://pyramidsaretombs.com/Company\\_Organisation/?chapter=116](http://pyramidsaretombs.com/Company_Organisation/?chapter=116)
11. Philip Kotler (1990). Marketing Essentials, M.
12. Shorrocks Anthony, Davies James, and Lluberias Rodrigoredit Suisse. (2013). Global Wealth Databook. URL: <https://publications.creditsuisse.com/tasks/render/file/?fileID=1949208D-E59A-F2D9-6D0361266E44A2F8>
13. Noyola E. (2017). Ethereum, tokens & smart contracts. Notes on getting started. New York: Wiley. 216 p.
14. Shermin V. (2017). Disrupting governance with blockchains and smart contracts // Review of Financial Economics, Vol. 25 (5). P. 499 – 509.
15. Stoilov R. (2019). Solidity Smart Contracts: Build DApps in Ethereum Blockchain. New York: Routledge, 95 p.
16. Ukrainian Institute of the Future. Ukraine 2030E is a country with a developed digital economy. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#summary>

### СПОЖИВЧА ЦІННІСТЬ ТОВАРІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

**Бабенко Віталіна Олексіївна**, доктор економічних наук, кандидат технічних наук, професор, кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, майдан Свободи, 4, м. Харків, 61022, Україна, e-mail: [vitalinababenko@karazin.ua](mailto:vitalinababenko@karazin.ua), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4816-4579>, Scopus Author ID: 56658371300

**Федорова Ганна Юріївна**, викладач, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, пл. Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022, e-mail: [g.y.fedorova@karazin.ua](mailto:g.y.fedorova@karazin.ua)

**Походенко Борис Олексійович**, викладач, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, майдан Свободи, 4, м. Харків, 61022, Україна, e-mail: [boris.pokhodenko@karazin.ua](mailto:boris.pokhodenko@karazin.ua), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9995-7077>

Об'єктом дослідження є споживча цінність товару як основа якості продукції підприємства в умовах цифровізації економіки. Мета роботи - на основі дослідження та оцінки споживчої цінності товару як основи якості продукції сформуванати комплекс рекомендацій щодо підвищення споживчої цінності товару. За основу методів дослідження розглянуті три основні підходи: монетарний, немонетарний і синтетичний. У процесі дослідження розглядалися методологічні засади формування споживчої цінності продукції, досліджено вплив споживчої цінності на якість продукції, проаналізовано споживча цінності продукції в умовах цифровізації економіки. В результаті дослідження були розроблені практичні рекомендації і заходи щодо підвищення споживчої цінності продукції в умовах цифровізації економіки. Результати дослідження полягає в розробці комплексу заходів щодо вдосконалення виробничого процесу підприємства з метою збільшення якості продукції за допомогою збільшення споживчої цінності в умовах цифровізації економіки. Перспективи дослідження: планується глибше вивчити проблеми взаємодії якості товару і споживчої цінності, розробити комплекс і програму по збільшенню споживчої цінності продукції в умовах цифровізації економіки.

**Ключові слова:** споживча цінність, цифровізація економіки, суб'єкти ринку, підприємство торгівлі, споживчий ринок.

### ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЦЕННОСТЬ ТОВАРОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

**Бабенко Виталина Алексеевна**, доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 4, г. Харьков, 61022, Украина; e-mail: [vitalinababenko@karazin.ua](mailto:vitalinababenko@karazin.ua); ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4816-4579>; Scopus Author ID: 56658371300



**Федорова Анна Юрьевна**, преподаватель, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 4, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: g.y.fedorova@karazin.ua  
**Походенко Борис Алексеевич**, преподаватель, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 4, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: boris.pokhodenko@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9995-7077>

*Объектом исследования* является потребительская ценность товара как основа качества продукции предприятия в условиях цифровизации экономики. *Цель работы* – на основе исследования и оценки потребительской ценности товара как основы качества продукции сформировать комплекс рекомендаций по повышению потребительской ценности товара. За основу *методов исследования* рассмотрены три основных подхода: монетарный, немонетарный и синтетический. В процессе исследования рассматривались методологические основы формирования потребительской ценности продукции, исследовано влияние потребительской ценности на качество продукции, проанализирована потребительская ценности продукции в условиях цифровизации экономики. *В результате исследования* были разработаны практические рекомендации и мероприятия по повышению потребительской ценности продукции в условиях цифровизации экономики. Результаты исследования заключается в разработке комплекса мероприятий по усовершенствованию производственного процесса предприятия в целях увеличения качества продукции посредством увеличения потребительской ценности в условиях цифровизации экономики. *Перспективы исследования*: планируется глубже изучить проблемы взаимодействия качества товара и потребительской ценности, разработать комплекс и программу по увеличению потребительской ценности продукции в условиях цифровизации экономики.

**Ключевые слова:** потребительская ценность, цифровизация экономики, субъекты рынка, предприятие торговли, потребительский рынок.

Статтю отримано 25 лютого 2021 р.

## ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ МЕДІАКОМПАНІЇ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ЕТАПИ ТА ПОКАЗНИКИ ОЦІНЮВАННЯ<sup>1\*</sup>

**Біловодська Олена Анатоліївна**

доктор економічних наук, професор

Київський національний університет технологій та дизайну

вул. Немировича-Данченка, 2, Київ, Україна, 01011

e-mail: alenabel79@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3707-0734>

ScopusAuthorID: 56677760400

**Шебеда Катерина Вячеславівна**

студентка

Київський національний університет технологій та дизайну

вул. Немировича-Данченка, 2, Київ, Україна, 01011

e-mail: k.arhiptseva@gmail.com

Одними з найважливіших для компаній на сьогодні є проблеми зростаючого конкурентного тиску з боку зарубіжних виробників, нарощування компетенцій споживачів; підвищення ролі позиціонування і, як наслідок, брендування продукції; прискорення процесів впровадження, активізації просування нових товарів і послуг; загострення необхідності побудови партнерських відносин з ключовими клієнтами в умовах звуження попиту на зрілих ринках; активізації пошуку нових регіональних ринків і споживчих ніш. У зв'язку з високою складністю та багатоаспектністю економічних процесів діяльності сучасних підприємств, дослідження в області Інтернет-маркетингу вимагають постійного вдосконалення через безперервний розвиток електронних технологій. Предметом дослідження статті є процеси формування та реалізації маркетингової стратегії у цифровому середовищі. Мета статті полягає в удосконаленні бізнес-процесів та системи показників оцінювання маркетингової стратегії медіакомпанії в цифровому середовищі. Використано загальнонаукові методи, такі як системний аналіз, синтез та абстрактно-логічний – для з'ясування особливостей маркетингової стратегії у цифровому середовищі; графічний та алгоритмізації – для удосконалення бізнес-процесів маркетингової стратегії медіакомпанії в цифровому середовищі. Отримано такі результати: досліджено етапи формування маркетингової стратегії в Інтернеті, проаналізовано циклічну модель SOSTAC, надані характеристики Інтернет-стратегії, описано моделі маркетингової активності, розроблено бізнес-процеси для реалізації стратегії та удосконалено систему показників її ефективності. Висновки: удосконалено бізнес-процеси реалізації маркетингової стратегії у цифровому середовищі медіакомпанії та систему показників її ефективності.

**Ключові слова:** маркетингова стратегія, цифрове середовище, цільова аудиторія.

### **Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.**

Компанії, що використовують Інтернет-маркетинг, економлять гроші як на персоналі, який займається продажами, так і на рекламі. А головне, що Інтернет-маркетинг дозволяє розширити діяльність компанії з локального ринку на національний і міжнародний ринок. При цьому як великі компанії, так і малі, мають більш урівноважені шанси в боротьбі за ринок. На відміну від традиційних рекламних медіа (друкованих, радіо і телебачення), вхід на ринок

через Інтернет є не надто витратним. Важливим моментом є і те, що, на відміну від традиційних маркетингових методів просування, Інтернет-маркетинг дає чітку статистичну картину ефективності маркетингової компанії.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Проблематика формування маркетингових стратегій в цифровому середовищі є предметом досліджень як закордонних, так і вітчизняних учених. Зокрема, слід відзначити роботи Вебера Л., Віріна Ф., Голик В., Ілляшенка С., Литовченко І., Пономаренка І., Шипуліної Ю., Солнцева С., які основну увагу концентрують на

<sup>1</sup> Публікація містить результати досліджень, проведених за ініціативною науково-дослідною темою «Маркетингові та логістичні механізми управління інноваційним розвитком суб'єктів господарювання» (0120U104616).

\* **Cite as:** Bilovodska, O., Shebeda, K. (2021). Formation and Implementation of the Media Company Marketing Strategy in the Digital Environment: Stages and Evaluation Indicators, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 50-59. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-05>

теоретичних аспектах формування та реалізації стратегічної діяльності компаній в Інтернет-середовищі. Доцільним є розвиток положень та системне дослідження етапів формування маркетингової стратегії в Інтернеті, циклічної моделі SOSTAC і удосконалення на цій основі бізнес-процесів та алгоритмів для реалізації маркетингової стратегії у цифровому середовищі та системи показників її ефективності.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є удосконалення бізнес-процесів та системи показників оцінювання маркетингової стратегії медіакомпанії в цифровому середовищі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Використання маркетингової стратегії організації у цифровому середовищі повинно бути чітко сплановано, в іншому випадку навіть найсильніші інструменти просування не зможуть принести бажаний результат компанії. Для цього створюються стратегії просування товарів, послуг або компанії в Інтернеті, які повинні доповнювати і не суперечити загальній стратегії компанії.

Під стратегією просування компанії в Інтернеті розуміється ефективне застосування всіх можливостей і інструментів digital - маркетингу відповідно до загальної стратегії розвитку бізнесу в Інтернеті [1].

У стратегії фіксуються базові цілі просування товару на певний період, цільова аудиторія рекламної кампанії, показники, за якими буде оцінюватися ефективність стратегії просування, загальний рекламний бюджет і короткий план підтримки ключових запусків [6].

Просування організації в Інтернеті є складним, багатоступінним процесом. Авторами були вивчені різні підходи до стратегічного планування просування організацій в цілому, однак детально буде описана циклічна модель SOSTAC, яка була створена в 1990-х роках американським вченим і практиком в області digital - маркетингу Б. Сміт [12].

Модель SOSTAC включає в себе наступні стадії (рис. 1):

- Situation analysis - аналіз поточної ситуації;
- Objectives - визначення цілей, яких необхідно досягти організації за допомогою digital - стратегії;
- Strategy - спосіб досягнення цілей;
- Tactics - визначення того, що саме потрібно буде зробити для реалізації стратегії;
- Actions - дії, які необхідно виконати для реалізації стратегії і тактики;
- Control - відстеження ефективності реалізації стратегії.

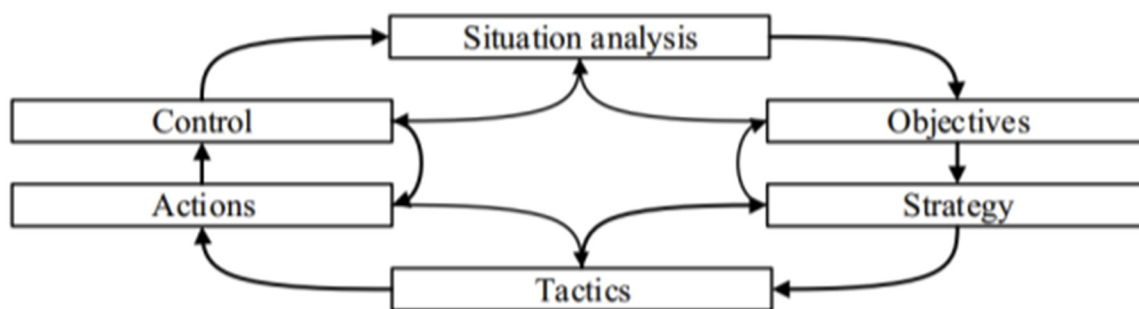


Рисунок 1 – Інструмент для планування SOSTAC [8]

**Аналіз ситуації.** Основна ідея аналізу поточної ситуації полягає в тому, щоб отримати чітке уявлення про стан бізнесу і ринку. Ефективний аналіз повинен включати в себе дослідження наступних об'єктів:

1) поточна активність компанії в мережі Інтернет: аналіз сайту (його функціональність, сумісність з браузерами, зручність використання, видимість в пошукових системах), основні джерела відвідувачів, використовувані канали просування компанії в Інтернеті, порівняння з конкурентами;

2) ринок продуктів або послуг, на якому працює компанія (ємність, життєвий цикл, особливості, законодавчі та інші обмеження на поширення реклами);

3) споживачі (їх моделі поведінки в Інтернеті, особливо покупки і споживання, пошукове поведінка - використовувані ними ключові

слова в пошукових системах при пошуку компанії, її продуктів і послуг) [9].

Крім цього необхідно провести дослідження цільової аудиторії, регіонів поширення, кінцевих точок розповсюдження продукту, позиціонування продукту, основних конкурентних переваг продукції компанії і самої компанії, мети комунікації з потенційними користувачами [13, 14].

**Визначення цілей.** Цілі маркетингової стратегії у цифровому середовищі обумовлені маркетинговим планом і узгоджені з загальними цілями маркетингу компанії. Маркетинг в Інтернеті може переслідувати багато різних цілей в залежності від того, для якої конкретної компанії і в яких умовах він застосовується:

- 1) формування попиту;
- 2) формування знання (підвищення обізнаності про компанію або бренд);

3) формування ставлення - дозволяє формувати думку, задаючи спектр можливих інтерпретацій;

4) стимулювання збуту;

5) формування лояльності, збільшення повторних продажів - робота з існуючими клієнтами [2].

Отже, після встановлення цілей потрібно вибрати показники ефективності їх досягнення. Важливо, щоб показники були спрямовані на коригування рекламної кампанії в процесі роботи. На цьому кроці слід виділити найбільш важливі критерії і чітко відслідковувати їх реалізацію. Для поставлених цілей вибираємо такі КРІ (табл. 1).

Таблиця 1

#### Приклад КРІ маркетингової стратегії у цифровому середовищі

Показник	Збільшення впізнаваності	Стимулювання клієнтів до покупки
Покази (контакти користувачів з рекламним повідомленням)	+	
Охоплення (унікальні контакти)	+	
Переходи на контентний блок - на сайт або зовнішню статтю	+	+
Первинний інтерес (в рамках рекламної кампанії користувач виявив інтерес до контенту, що просувається). <i>Наприклад, провів на сторінці з описом продукту 30 секунд і при цьому докрутили її до кінця</i>		+
Залучення (користувач виявив повторний або більш глибокий інтерес до контенту). <i>Переглянув кілька сторінок сайту або кілька матеріалів про продукт (PR-статті, розміщені на зовнішніх ресурсах або відеогляди на YouTube) і т.д.</i>		+
Користувач проявив потенційну готовність до покупки <i>Зайшов на сторінку сайту «де купити» / перейшов з сайту на зовнішній Інтернет - магазин, в якому можна замовити товар</i>		+
Кількість пошукових брендових запитів. <i>Набір пошукових запитів, в яких згадується бренд компанії або продукту</i>	+	
Зміна продажів продукту		+

У випадку просування в Інтернеті для компанії метою в більшості випадків є підвищення продажів компанії, збільшення кількості заявок на замовлення продукції або послуг з різних джерел, популяризація бренду та ін.

*Стратегія.* Подальший етап - облік отриманих даних аналізу і створення чіткого плану дій, який дозволить досягти поставленої мети.

Стратегія повинна враховувати такі характеристики:

1) Сегментація споживачів. На рівні розроблення стратегії Інтернет-маркетингу відбувається сегментація цільової аудиторії, здійснюється загальний вибір інструментів на основі інформації про сезонність ринку, з урахуванням особливостей поведінки користувачів в Інтернеті і доступного бюджету.

2) Сезонність. Слід приділити увагу роботі з сезонними коливаннями на ринку і проводити особливо активні маркетингові зусилля на цьому проміжку часу.

3) Вибір інструментів маркетингової стратегії у цифровому середовищі. На цьому

етапі відбувається вибір засобів маркетингових комунікацій: аналізуються варіанти комунікаційних інструментів з тим, щоб визначити, які найкращим чином підходять для досягнення цілей [7].

Загалом в маркетингу існують дві моделі маркетингової активності:

- модель безперервної активності – передбачає реалізацію маркетингових заходів протягом всього року, активізуючи зусилля в періоди піків. Ця модель дорожча, але і більш ефективна, якщо необхідно підвищити впізнаваність бренду;

- пульсуюча модель – передбачає проведення окремих рекламних кампаній протягом року з перервами на кілька тижнів або навіть місяців [11].

В Інтернеті деякі інструменти вимагають безперервної активності для досягнення цілей маркетингу і не можуть працювати за принципами пульсуючої моделі. У табл. 2 подано використання інструментів маркетингової стратегії у цифровому середовищі згідно з принципами використання в моделях маркетингової активності.

**Використання інструментів маркетингової стратегії у цифровому середовищі згідно з принципами використання в моделях маркетингової активності**

Безперервна модель	Пульсуюча модель
Веб сайт Пошукова оптимізація Контекстна реклама Банери поворотного ретаргетінга Email-розсилки, контентний маркетинг Ведення спільнот в соціальних мережах Репутаційний моніторинг Партнерські програми	Онлайн-PR: публікації статей та заходи для блогерів Робота зі ЗМІ Акції та конкурси Медійна (банерна) реклама Відеореклама Мобільна реклама

4) Визначення бюджету просування. Важливим питанням стратегічного планування просування організації в Інтернеті є маркетинговий бюджет, який може бути виділений для досягнення цілей компанії [8].

*Тактика.* Тактичне планування передбачає деталізацію стратегії і включає в себе вибір конкретних рекламних майданчиків, розроблення рекламних кампаній на основі розуміння цільової аудиторії, сезонності і доступного бюджету [10].

На практиці це реалізується через складання медіа-планів, в яких систематизується інформація щодо використовуваних

інструментів, рекламних майданчиків, індивідуальних налаштувань, таргетингу рекламної кампанії, а також фінансової інформації про вартість розміщення, клієнтські і агентські знижки [3].

Рівень лояльності цільової аудиторії є основним показником для вибору сценарію взаємодії. Завданням маркетингового підрозділу комерційної організації є визначення ємності цільової аудиторії і вибору алгоритму взаємодії, їх порівняльний аналіз наведено в табл.3.

Таблиця 3

**Визначення алгоритму виконання автоматизованого бізнес-процесу залежно від обраного сценарію взаємодії комерційної організації з цільовою аудиторією**

Найменування сценарію взаємодії	Порядок взаємодії	Можливі варіанти застосування алгоритмів	Опис результатів взаємодії
1. Сценарій впливу на користувача Соціального ресурсу «S1»	- перехід до електронного ресурсу рекламодавця; - перегляд пропонованої інформації; - лідогенерація; - інтеграція в системі взаємодії	Систематизація вхідної інформації «A1»  Контроль якості «A4»	<b>Результат 1.</b> Систематизація інформації про користувача електронного ресурсу надає можливість визначити ступінь лояльності
2. Сценарій визначення цільової аудиторії «S2»	з загального обсягу аудиторії електронного ресурсу за допомогою критеріїв лояльності визначається цільова аудиторія комерційної організації	Підготовка вихідного документу «A2» Контроль якості «A4».	<b>Результат 2.</b> Визначення цільової аудиторії є результатом управління інтегрованої системи взаємодії і дозволяє більш детально розглянути можливих клієнтів
3. Активні сценарій взаємодії з цільовою аудиторією «S3»	- визначення необхідних дій для встановлення взаємодії; - встановлення контакту через інтегровану систему взаємодії; - надання інформації користувачеві; максимізація рівня лояльності	Підготовка вихідного документу «A2» Складання комерційної пропозиції «A3» Контроль якості «A4».	<b>Результат 3.</b> Максимізація інформаційного впливу на користувача категорії «Активні» надає можливість підвищити рівень лояльності до максимального рівня

Найменування сценарію взаємодії	Порядок взаємодії	Можливі варіанти застосування алгоритмів	Опис результатів взаємодії
3. Нейтрально пасивний сценарій взаємодії «S4»	- використання інформації про користувача електронного ресурсу; - напрямок актуальної рекламної інформації; - проведення тематичних розсилок	Складання комерційної пропозиції «A3» Контроль якості «A4».	<b>Результат 4.</b> Підтримка односторонньої контакту з користувачем з метою очікування моменту необхідності в товарі (послужі) певного виду.

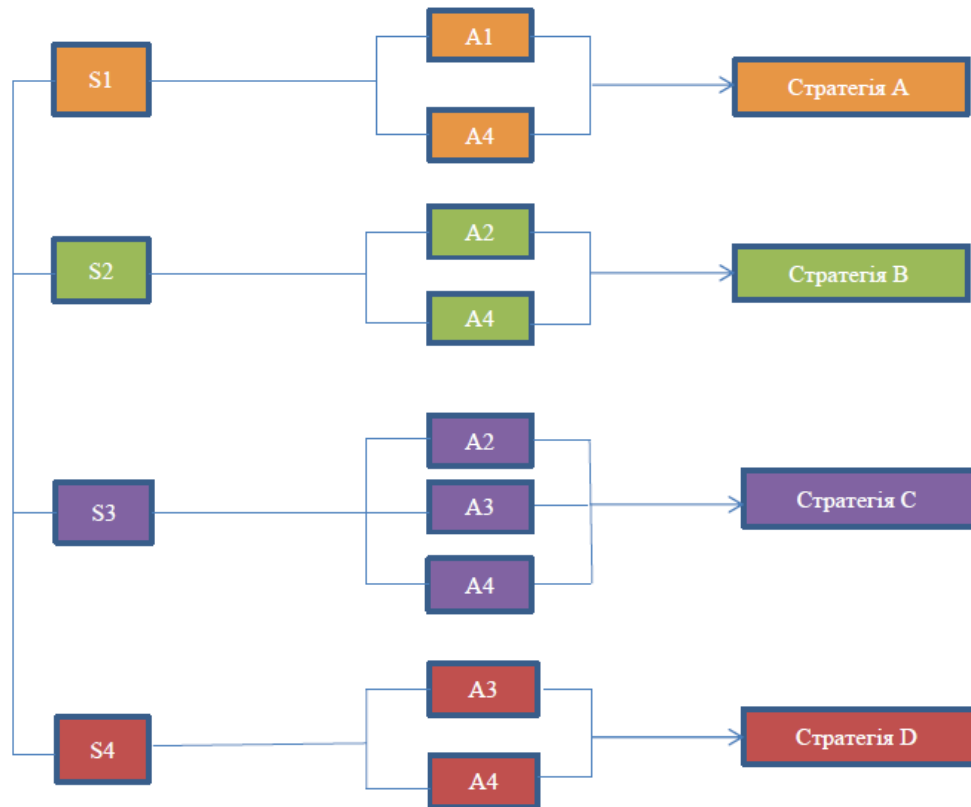


Рисунок 2 – Застосування алгоритмів виконання бізнес-процесів в залежності від обраного сценарію взаємодії з цільовою аудиторією для реалізації стратегії просування товару

Таким чином можливі варіанти застосування алгоритмів виконання бізнес-процесів організації в залежності від обраних сценаріїв взаємодії з цільовою аудиторією виглядають наступним чином (рис. 2).

Розроблені сценарії взаємодії з цільовою аудиторією ґрунтуються на використанні моделі, що включає CRM-систему, інтегровану з соціальними мережами, форумами, тематичними порталами і власними електронними ресурсами організації, метою якої є виконання основних маркетингових завдань в мережі Інтернет: збір, узагальнення, аналіз даних про користувачів, встановлення комунікативного спілкування з метою здійснення продажу і зміцнення брендової політики.

*Реалізація стратегії.* Розробляється детальна програма просування в Інтернеті, яка

повинна включати в себе список завдань, які потрібно вирішити, відповідні економічні, матеріальні та людські ресурси, зазначені терміни реалізації та відповідальних за виконання.

При цьому основну увагу слід приділити наступним процесам:

1. Систематизація вхідної інформації, отриманої від користувача соціальних мереж.
2. Підготовка вихідного документа.
3. Підготовка комерційної пропозиції користувачеві.
4. Контроль якості переданої користувачеві інформації.

Розглянемо один з них. Через рекламну сторінку в соціальній мережі, тематичні форуми маркетолог отримує інформацію, яка генерується в системі. Необхідно визначити послідовність етапів її обробки для подальшого

її використання в цілях встановлення комунікативної взаємодії з об'єктом отриманої інформації. За результатом систематизації вхідних даних повинен бути запущений наступний процес.

Узагальненню підлягають персональні дані, контакти, повідомлення спрямовані через електронний ресурс. Таким чином, ми визначимо характерні риси можливого клієнта і сформуємо порядок подальших дій (рис. 3).

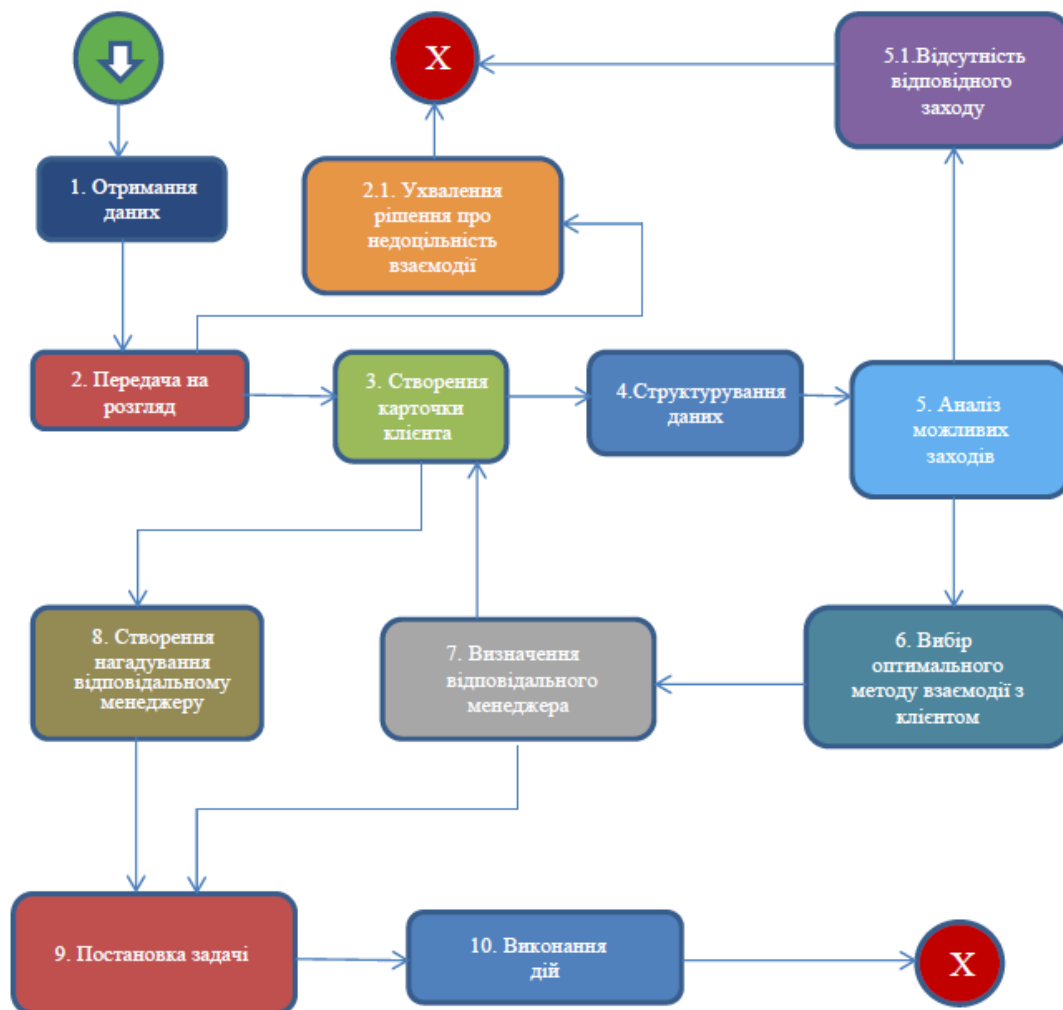


Рисунок 3 – Бізнес-процес систематизації вхідної інформації, отриманої від користувачів Інтернет-ресурсу

В результаті формування даного процесу визначений основний порядок дій маркетингового підрозділу організації в CRM-системі при обробці отриманих персональних даних користувачів соціальних ресурсів.

**Контроль.** На даному етапі відстежують втілення плану маркетингової стратегії в цифровому середовищі і в разі виникнення помилок реалізації потрібно вживати заходи щодо їх усунення.

Розглянемо етап вдосконалення контролю якості переданої інформації маркетинговим підрозділом користувачеві соціальних медіа. Необхідно вивчити можливі варіанти взаємодії між відповідальним співробітником, які виконали роботу і контролюючим підрозділом. При виявленні недоліків процес повинен замикатися до моменту виправлення. Помилки, в свою чергу фіксуються і передаються на

розгляд керівнику підрозділу, який здійснює контроль.

Сформуємо даний бізнес-процес (рис. 4).

Сформовані бізнес-процеси і алгоритми їх виконання є необхідною умовою можливості застосування запропонованої методики ефективної взаємодії з цільовою аудиторією організації через соціальні медіа.

Для визначення ефективності маркетингової стратегії у цифровому середовищі необхідно визначити можливості Інтернет - маркетингу, які можна розділити на 3 категорії:

- підвищення обізнаності користувачів про бренд і поширення інформації;
- збільшення числа конверсій, а також стимулювання бажаної поведінки користувачів;
- збільшення масштабу SMM кампаній.

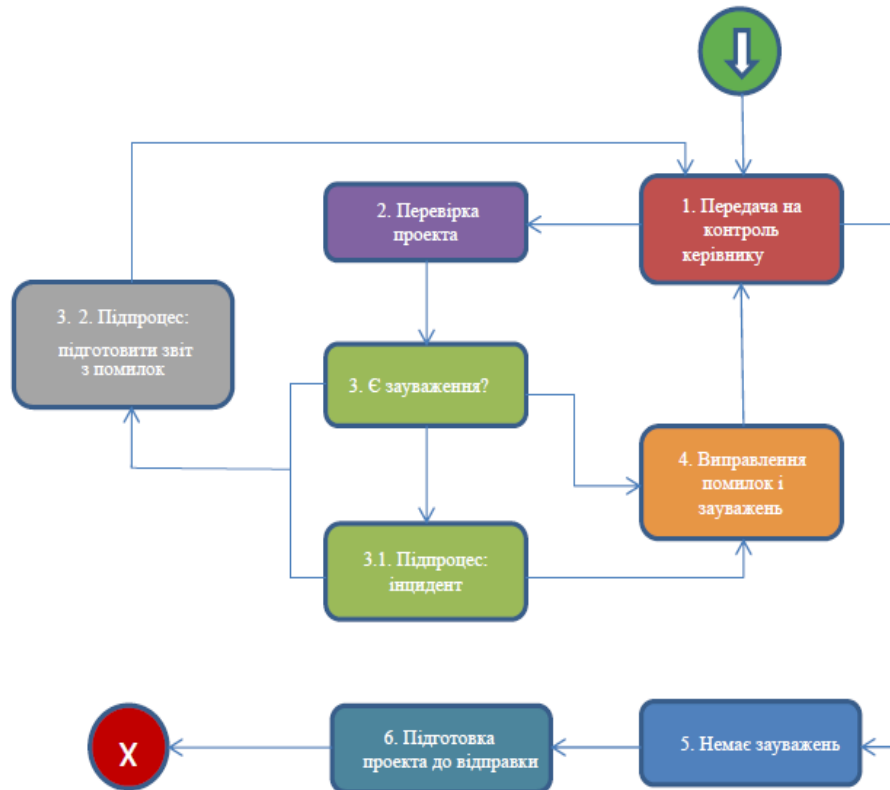


Рисунок 4 – Бізнес-процес «Контроль якості інформації, переданої користувачеві Інтернет-ресурсу» (складено автором)

У табл. 4 розглянемо показники ефективності, пов'язані з усіма трьома категоріями, показники впливу соціальних мереж як результат активності і спільні бізнес-метрики, що підвищують ефективність і зберігають фінансові ресурси компанії.

Показники ефективності маркетингової стратегії у цифровому середовищі спрямовані на:

1. Підвищення обізнаності користувачів про бренд і поширення інформації.

Залучення нових соціальних платформ і просування бренду через «сарафанне радіо», оптимізуючи публікацію контенту у всіх соціальних мережах і онлайн-платформах, а також, використовуючи спеціальні програми для автопостінга - необхідний крок у створенні ефективної стратегії. Необхідно збільшувати ефективність маркетингу компанії за допомогою розширення охоплення, створення впізнаваності бренду не тільки серед інших представників бізнесу, а й інших користувачів соціальними мережами.

Аналізуючи показники залученості та активності користувачів, оцінюються властивості контенту, найбільш вдалий час для публікацій контенту і, відштовхуючись від отриманих результатів, вибудовується максимально ефективна тематична стратегія.

2. Збільшення числа конверсій і стимулювання бажаного користувача поведінки.

Необхідне використання соціальних платформ для стимулювання бажаної

споживчої поведінки на рівні з залученням лідів і генерацією продажів. Також необхідне збільшення реферального трафіку, розширення впливу через канали партнерів для залучення реферального трафіку і додаткових конверсій.

3. Збільшення масштабу digital-кампаній

За даними дослідження досвіду 320 компаній від Університету Інтернет-фахівців Нетологія, лише 50% компаній мають стратегію і намагаються слідувати їй, в той час як інша половина, знаючи про важливість її існування досі не мають таких документів [5].

Інструменти планування маркетингової стратегії у цифровому середовищі дозволяють врахувати всі важливі аспекти для запуску просування компанії в Інтернеті і систематизувати всі дані, отримані в результаті використання даного інструменту для чіткого відстеження результатів просування і отримання конкретного результату, що виражається в прибутку компанії.

Для того, щоб компанія стала сильним брендом в постійно мінливих ринкових умовах, стратегічний підхід має вкрай важливе значення. Він обов'язково враховує стан ринку, особливості та динаміку звичок споживача, концепцію представлення про споживчу аудиторію, яка оптимізує комерційні та маркетингові можливості компанії.

Комплексна стратегія просування спрямована на вирішення певних завдань, тому що збільшення продажів, поліпшення іміджу компанії, зміна способу бренду і підвищення



його впізнаваності і т.д., при комплексному просуванні ефективність інструментів маркетингової стратегії у цифровому середовищі зростає в багато разів. Це пов'язано з тим, що користувач взаємодіє з рекламою і веб-ресурсами через різні канали, що призводить до більш швидкого запам'ятовування бренду, підвищенню довіри до компанії. Як показує практика, для прийняття рішення про покупку більшості користувачів потрібно від 3 до 10 контактів з рекламним повідомленням бренду і сайтом.

**Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямку.** Завдяки розвитку глобальних інформаційних технологій і виділенню маркетингової

стратегії у цифровому середовищі як практики використання всіх аспектів стратегії традиційного маркетингу в мережевому просторі, у фірм незалежно від їх розмірів і сфер діяльності з'являються нові можливості, як в області комунікацій з клієнтами, так і в питаннях просування продуктів і послуг. Це підтверджує важливість такої стратегії для сучасного бізнесу. Діяльність компаній в даній сфері стає все глибшою і професійнішою з кожним роком, а фахівці в даній сфері затребуваними і цінними співробітниками. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на практичну апробацію запропонованих підходів у медіаконпанії.

Таблиця 4

**Показники ефективності маркетингової стратегії у цифровому середовищі**

Категорії можливостей Інтернет - маркетингу	Показники																	
	Зростання числа фанатів і передплатників	Охоплення нових соціальних мереж	Підвищення ефективності за рахунок підвищення рівня залученості	Налаштування ефективної публікації контенту за рахунок аналізу параметрів активності	Норма окупності витрат на купони / акції в соціальних медіа	% залученого трафіку з соціальних медіа	Скорочення вартості залучення покупців	Підвищення ефективності маркетингу	Скорочення адміністративних накладних витрат	Конверсії від соціальних контактів	Продажі, спровоковані соціальними мережами	Генерація лідів	Норма окупності витрат на купони / акції в соціальних медіа	Скорочення витрат на обслуговування	Використання додатків для соціальних медіа	Аналітика та звіти по соціальним медіа	Скорочення планових витрат на персонал	Збільшення прибутку
Поінформованість про бренд і поширення інформації	+	+	+	+	+	+	+	+	+									
Збільшення числа конверсій і стимулювання бажаної поведінки користувача		+	+			+				+	+	+	+	+	+	+	+	
Збільшення масштабу digital-кампаній							+	+									+	+

## FORMATION AND IMPLEMENTATION OF THE MEDIA COMPANY MARKETING STRATEGY IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: STAGES AND EVALUATION INDICATORS

**Olena Bilovodska**, Dr. Sc. (in Economics), Professor, Kyiv National University of Technologies and Design, Nemirovich-Danchenko Str., 2, Kyiv, Ukraine, 01011, e-mail: alenabel79@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3707-0734>, Scopus Author ID: 56677760400.

**Kateryna Shebeda**, Kyiv National University of Technologies and Design, Nemirovich-Danchenko Str., 2, Kyiv, Ukraine, 01011, e-mail: k.arhiptseva@gmail.com.

One of the most important for companies today are the problems of growing competitive pressure from foreign manufacturers, increasing consumer competencies; increasing the role of positioning and, as a consequence, product branding; acceleration of implementation processes, intensification of promotion of new goods and services; exacerbation of the need to build partnerships with key customers in a narrowing of demand in mature markets; intensifying the search for new regional markets and consumer niches. Due to the high complexity and multifaceted economic processes of modern enterprises, research in the field of Internet marketing requires constant improvement through the continuous development of electronic technologies. The subject of the article is the processes of forming and implementation a marketing strategy in the digital environment. The purpose of the article is to improve business processes and the system of indicators for evaluating the marketing strategy of a media company in the digital environment. General scientific methods are used, such as systems analysis, synthesis and abstract-logical - to clarify the features of marketing strategy in the digital environment; graphic and algorithmic - to improve the business processes of the marketing strategy of the media company in the digital environment. The following results were obtained: the stages of forming a marketing strategy on the Internet were studied, the cyclical SOSTAC model was analyzed, the characteristics of the Internet strategy were provided, models of marketing activity were described, business processes for strategy implementation were developed and the system of its efficiency indicators was improved. Conclusions: improved business processes of marketing strategy implementation in the digital environment of the media company and the system of indicators of its effectiveness.

**Keywords:** marketing strategy, digital environment, target audience.

## ФОРМИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ МЕДИАКОМПАНИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: ЭТАПЫ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ

**Беловодская Елена Анатольевна**, доктор экономических наук, доцент, Киевский национальный университет технологий и дизайна, ул. Немировича-Данченко, 2, Киев, Украина, 01011, e-mail: alenabel79@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3707-0734>, ScopusID: 56677760400.

**Шебеда Екатерина Вячеславовна**, Киевский национальный университет технологий и дизайна, ул. Немировича-Данченко, 2, Киев, Украина, 01011, e-mail: k.arhiptseva@gmail.com.

Одними из важнейших для компаний на сегодня являются проблемы растущего конкурентного давления со стороны зарубежных производителей, наращивание компетенций потребителей; повышение роли позиционирования и, как следствие, брендинг продукции; ускорение процессов внедрения, активизации продвижения новых товаров и услуг; обострение необходимости построения партнерских отношений с ключевыми клиентами в условиях сужения спроса на зрелых рынках; активизации поиска новых региональных рынков и потребительских ниш. В связи с высокой сложностью и многоаспектностью экономических процессов деятельности современных предприятий, исследования в области Интернет-маркетинга требуют постоянного совершенствования через непрерывное развитие электронных технологий. Предметом исследования статьи являются процессы формирования и реализации маркетинговой стратегии в цифровой среде. Цель статьи заключается в совершенствовании бизнес-процессов и системы показателей оценки маркетинговой стратегии медиакомпаний в цифровой среде. Используются общенаучные методы, такие как системный анализ, синтез и абстрактно-логический - для выяснения особенностей маркетинговой стратегии в цифровой среде; графический и алгоритмизации - для совершенствования бизнес-процессов маркетинговой стратегии медиакомпаний в цифровой среде. Получены следующие результаты: исследованы этапы формирования маркетинговой стратегии в Интернете, проанализирована циклическая модель SOSTAC, представлены характеристики Интернет-стратегии, описаны модели маркетинговой активности, разработаны бизнес-процессы для реализации стратегии и усовершенствована система показателей ее эффективности. Выводы: усовершенствованы бизнес-процессы реализации маркетинговой стратегии в цифровой среде медиакомпаний и система показателей ее эффективности.

**Ключевые слова:** маркетинговая стратегия, цифровая среда, целевая аудитория.

### Література

1. Богашко О. Л., Чвертко Л. А. Перспективи застосування Інтернет-маркетингу на підприємствах. *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій* : тези доп. І всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. (5 жовтня 2018 р). Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. С. 48–51.

2. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. 310 с.

3. Вирин Ф. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов. М.: Эксмо, 2010. 160 с.
4. Гавриков А.В. Эффективный сайт: алгоритм успеха. *Интернет-маркетинг*. 2013. №1. С. 18-29.
5. Голик В.С. Некоторые аспекты использования Интернет-маркетинга. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2008. №2. С. 16-25.
6. Гузенко Г. М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2017. № 12. С. 227-234.
7. Давыдов В. В. Пошаговое руководство по созданию стратегии digital-маркетинга в сфере b-2-b. *Интернет-маркетинг*. 2016. № 2. С. 66- 80.
8. Жегус О.В. Маркетингові інновації як необхідна умова розвитку підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2015. Вип. 2. С. 227-238.
9. Ілляшенко С.М., Рудь М.П. Новітні види маркетингу в умовах випереджаючого розвитку: еволюція, сутність, умови застосування. *Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип 24. Ч. 2. С. 37-42.
10. Канцлер К. А. Особенности Интернет-маркетингу. Інформаційні технології в науці, управлінні, соціальній сфері та медицині: зб. наук. робіт III міжнар. наук. конф. 2016. 426 с.
11. Кожухівська Р.Б. Интернет-технології в маркетингу: специфіка, класифікація, переваги та недоліки. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка»*. 2012. Вип. 6 (2). С. 180-186.
12. Смит Б., Каталано Ф. *Internet-маркетинг / пер. с англ. М : Издательский дом Вильямс*, 2017. 304 с.
13. Babenko, V., Syniavska, O. Analysis of the current state of development of electronic commerce market in Ukraine. *Technology audit and production reserves*. 2018. Vol. 5, No 4(43). <https://doi.org/10.15587/2312-8372.2018.146341>
14. Malyarets, L., Iastremska, O., Herashchenko, I., Iastremska, O., Babenko, V. Optimization of Indicators for Management of Enterprise: Finance, Production, Marketing, Personnel. *Estudios de Economía Aplicada*. 2021. Vol. 38-3(1), pp. 1-13. <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i4.4028>

#### References

1. Bogashko, O.L., Chvertko, L.A. (2018). Perspektyvy zastosuvannya Internet-marketingu na pidpriemstvakh [Prospects for the use of Internet marketing in enterprises. *Marketing in the context of digital technology*. Lutsk, 2018. pp. 48-51.
2. Veber, L. (2010). Effektivnyj marketing v Internete. Sotsialnyie seti, blogi, Twitter i drugie instrumenty prodvizheniia v Seti [Effective online marketing. Social networks, blogs, Twitter and other online promotion tools]. М.: Mann, Ivanov i Ferber, 2010. 310 p.
3. Virin, F. (2010). Internet-marketing : polnyj sbornik prakticheskikh instrumentov [Internet marketing: a complete collection of practical tools]. М.: Eksmo, 160 p.
4. Gavrikov, A.V. (2013). Effektivnyj sayt: algoritm uspekha [An effective site: an algorithm of success]. *Internet-marketing*. № 1. pp. 18-29.
5. Golik, V.S. (2008). Nekotoryie aspekty ispolzovaniia Internet-marketinga [Some aspects of using Internet marketing]. *Marketing in Russia and abroad*, № 2. pp. 16-25.
6. Guzenko, G.M. (2017). Upravlinnia ta vdoskonalennia marketingovoi diialnosti na pidpriemstvi [Management and improvement of marketing activities at the enterprise]. *Economy and society*. №12. pp. 227-234.
7. Davydov, V.V. (2016). Poshagovoie rukovodstvo po sozdaniiu strategii digital-marketinga v sfere b-2-b [A step-by-step guide to creating a b-2-b digital marketing strategy]. *Internet-marketing*. № 2. pp. 66- 80.
8. Zhegus, O.V. (2015). Marketingovi innovatsii iak neobkhidna umova rozytku pidpriemstva [Marketing innovations as a necessary condition for enterprise development]. *Economic strategy and prospects for trade and services*. №2. pp. 227-238.
9. Illiashenko, S.M., Rud, M.P. (2019). Novitni vudy marketingu v umovakh vyperedzhaiuchogo rozvytku: evoliutsiia, sutnist, umovy zastosuvannya [The newest types of marketing in the conditions of advanced development: evolution, essence, conditions of application]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy*. № 24 (2). pp. 37-42.
10. Kantcler, K.A. (2016). Osoblyvosti Internet-marketingu [Features of Internet marketing]. *Information technologies in science, management, social sphere and medicine*. 426 p.
11. Kozhukhivska, R.B. (2012). Internet-tekhnologii v marketingu: spetsifika, klasyfikatsiia, perevagy ta nedoliky [Internet technologies in marketing: specifics, classification, advantages and disadvantages]. *Bulletin of Dnipropetrovsk University. Economics series*. №6 (2). pp. 180-186.
12. Smith, B., Katalano, F. (2017). *Internet-marketing / per. s angl. М : Izdatelskij dom Vilyams*, 2017. 304 p.
13. Babenko, V., Syniavska, O. (2018). Analysis of the current state of development of electronic commerce market in Ukraine. *Technology audit and production reserves*, Vol. 5, No 4(43). <https://doi.org/10.15587/2312-8372.2018.146341>
14. Malyarets, L., Iastremska, O., Herashchenko, I., Iastremska, O., Babenko, V. (2021). Optimization of Indicators for Management of Enterprise: Finance, Production, Marketing, Personnel. *Estudios de Economía Aplicada*, Vol. 38-3(1), pp. 1-13. <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i4.4028>

## ДИНАМІКА ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ВЗАЄМОДІЇ\*

**Воронін Анатолій Віталійович**

канд. техн. наук, доцент

кафедра вищої математики та економіко-математичних методів  
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця  
проспект Науки 9а, м. Харків, Україна, 61166  
e-mail: anatolii.voronin@m.hneu.edu.ua  
ORCID <http://orcid.org/0000-0003-2570-0508>

**Железнякова Еліна Юрївна**

канд. фіз.-мат. наук, доцент

кафедра вищої математики та економіко-математичних методів  
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця  
проспект Науки 9а, м. Харків, Україна, 61166  
e-mail: elina.zhelezniakova@m.hneu.edu.ua  
ORCID <http://orcid.org/0000-0001-6409-4761>

Ця робота присвячена динамічній інтерпретації базових положень кількісної теорії грошей. А саме, побудові моделей цінних змін на товарну продукцію при виконанні експортно-імпоротної діяльності як у дискретному, так і у неперервному часі. При цьому використано цілу низку гіпотез, що визначають умови порушення рівноважних станів торговельного балансу за допомогою класичного макроекономічного рівняння Фішера. Наведено огляд наукових праць, який виділяє основні чинники для реалізації зовнішньоекономічної діяльності: валютні курси та девальвація. Аналіз розглянутих джерел свідчить про наявність проблеми стійкості спостережуваних динамічних процесів в околі стану рівноваги, які мають традиційну назву умови Маршала-Лернера. Докладне вивчення критеріїв стійкості дискретної динамічної моделі з квадратичною нелінійністю демонструє значний багатовид траєкторій досліджуваного процесу. Такими, зокрема, є зростаюча або спадна аперіодична поведінка, коливальні процеси фіксованого періоду, біфуркації подвоєння періоду та хаотичні траєкторії. Зазначені границі розподілу різноманітних типів еволюційних змін у термінах еластичностей як важливих показників експортно-імпорتنних операцій. Для моделей динаміки ціноутворення у неперервному часі був виконаний докладний аналіз структурної нестійкості рівноважних станів. Виділено сітло-вузлову біфуркацію та не менш важливу біфуркацію Андронова-Хопфа, що пов'язана з утворенням навколо стану рівноваги граничного циклу. Доведено, що знайдений цикл є єдиним та стійким. Для дискретної моделі формування ціни виконано відповідні розрахунки для демонстрації різних видів еволюційної поведінки. Надана дискретна модель на базі рівняння Фішера може бути використана для якісного прогнозування (за траєкторіями) динаміки внутрішнього ціноутворення без застосування традиційної методології економетричного аналізу часових рядів. Для цієї моделі характерним є те, що вона зведена до єдиного комплексного параметра і це суттєво спрощує визначення відповідних типів динамічних режимів в околі рівноважних станів.

**Ключові слова:** динамічна модель, теорія стійкості, біфуркація, різницеве рівняння.

Класична трактовка кількісної теорії грошей базується на таких поняттях як швидкість обертання грошей, кількість грошей у обертанні, абсолютний рівень цін та реальний рівень виробництва. У сучасній економічній літературі існує змістовний феноменологічний опис структури формування внутрішніх цін на товари та послуги, який формується за рахунок вивчення динамічних властивостей грошових потоків за умовами реалізації експортно-імпоротної діяльності. При цьому важливим є показник торговельного балансу, знак якого визначає

напрямок цінних змін. Динаміка вищезначеного процесу є досить складною, де найбільш важливою проблемою є стійкість рівноважного стану за умовою цінних коливань.

Аналіз досліджень та публікацій. Багато наукових праць за цією проблематикою стосується впливу валютних курсів на торговельний баланс держави. Особлива увага приділяється ефекту девальвації як важливому чиннику, що ініціює зменшення імпорتنних операцій та зростання обсягу експорту. Серед публікацій з відповідними теоретичними

\* **Cite as:** Voronin A., Zhelezniakova E. (2021). Gender Policy of the European Union in Ukraine: New Trends and Constant Challenges, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 60-69. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-06>

постулатами треба відзначити наукові праці з обґрунтованим статистичним аналізом досліджуваної проблеми. Насамперед треба вказати на наукові досягнення таких вчених як Дербенцев В. Д., Кучеренко С. А. [6], Василенко Ю. [2], Шевчук В. [11], Михайличенко С. Ю. [8], Харенко К. М. [9], Шаповаленко Н. В. [10], Шкрабаренко Ю. М. [12].

Аналіз використаних джерел демонструє наявність так званої «умови Маршала-Лернера» [16,17], яка є визначальним критерієм стійкої поведінки цінової динаміки в околі рівноважного стану торговельного балансу.

Метою роботи є удосконалення умов структурної стійкості досліджуваних динамічних моделей кількісної теорії грошового обертання.

Методи дослідження базуються на математичній теорії стійкості динамічних систем як у дискретному так і у неперервному часі.

Основні результати дослідження. Базова математична модель для динаміки внутрішньої ціни будується за допомогою класичного макроекономічного рівняння Фішера [13]. При цьому необхідно зазначити виконання деяких умов:

1) розглянуто схему вільної торгівлі без впливу урядових установ та монопольних агентів;

2) рівень національного доходу вважається наданим та ціновий показник визначається на базі кількісної теорії грошового обертання;

3) упродовж розглянутого періоду часу зміни у пропозиції грошової маси зумовлено тільки надлишком або дефіцитом торговельного балансу;

4) діє припущення щодо фіксованості обмінних валютних курсів, яке дозволяє вважати їх одиничними заради уніфікації міжнародних розрахунків;

5) транспортні та страхові витрати, інші трансакції не враховуються.

В роботі використано наступні позначення [3, 4]:  $Q$  – пропозиція грошей;  $V$  – швидкість обертання грошей;  $Y$  – рівень національного доходу;  $P$  – показник внутрішньої ціни;  $P_M$  – показник зовнішньої ціни;  $M$  – кількість імпорту;  $X$  – кількість експорту. Вважаємо, що  $V, Y, P_M$  є сталими величинами.

Класичне рівняння моделі Фішера має вигляд

$$Q \cdot V = P \cdot Y. \quad (1)$$

Стосовно обсягу експорту необхідно зауважити, що він  $X = X(P)$  є спадною функцією внутрішньої ціни  $\frac{dX}{dP} < 0$ , а обсяг імпорту  $M = M(P)$  навпаки є зростаючою функцією внутрішньої ціни  $\frac{dM}{dP} > 0$ .

Співвідношення  $P \cdot X(P) - P_M \cdot M(P) = 0$  визначає умову рівноваги торговельного балансу і вважається, що існують додатні розв'язки цього алгебраїчного рівняння для внутрішньої ціни  $P^*$ .

Порушення рівноважного стану супроводжується зміною пропозиції грошової маси та може бути надано за допомогою рівняння:

$$\Delta Q_k = P_k \cdot X(P_k) - P_M \cdot M(P_k), \quad (2)$$

де  $k$  – дискретний момент часу,  $P_k$  – внутрішня ціна у відповідний момент часу,  $\Delta Q_k = Q_{k+1} - Q_k$ .

Відповідно до формули (1) легко отримати

$$\Delta P_k = \frac{V}{Y} \Delta Q_k, \quad \Delta P_k = P_{k+1} - P_k. \quad (3)$$

Поєднуючи (2) та (3), знаходимо різницеве рівняння для внутрішньої ціни  $P_k$ :

$$\Delta P_k = \frac{V}{Y} (P_k \cdot X(P_k) - P_M \cdot M(P_k)). \quad (4)$$

Не порушуючи цілісності, припустимо, що функції експорту  $X(P)$  та імпорту  $M(P)$  є лінійними по відношенню до внутрішньої ціни  $P$ :

$$\begin{aligned} X(P) &= X_0 - X_1 P, \\ M(P) &= M_0 + M_1 P. \end{aligned} \quad (5)$$

$X_0, X_1, M_0, M_1$  є додатними числами. Також тут виконуються умови щодо функції експорту, яка є спадною, та зростання функції імпорту за внутрішньою ціною.

Якщо виконати підстановку (5) у різницеве рівняння (4), то отримаємо таке рекурентне співвідношення для  $P_k$ :

$$P_{k+1} = P_k + \frac{V}{Y} [P_k \cdot (X_0 - X_1 P_k) - P_M \cdot (M_0 + M_1 P_k)]$$

або (6)

$$P_{k+1} = P_k - \frac{V}{Y} [X_1 P_k^2 - (X_0 - P_M M_1) P_k + P_M \cdot M_0].$$

Умови існування рівноважних станів (стаціонарних точок) рівняння (6) визначаються за допомогою квадратного рівняння:

$$X_1 P^2 - (X_0 - P_M M_1) P + P_M \cdot M_0 = 0, \quad (7)$$

корені якого такі:

$$P_{1,2}^* = \frac{X_0 - P_M M_1 \pm D}{2X_1}, \quad P_1^* < P_2^*,$$

$$D^2 = (X_0 - P_M M_1)^2 - 4X_1 P_M M_0.$$

Рівняння (7) може мати додатні корені, якщо  $X_0 - P_M M_1 > 0$ .

При цьому можливі такі варіанти:

1)  $P_1^* \neq P_2^*, (X_0 - P_M M_1)^2 > 4X_1 P_M M_0$ ;

2)  $P_1^* = P_2^*, (X_0 - P_M M_1)^2 = 4X_1 P_M M_0$ ;

3) Не існує дійсних розв'язків (7),  
 $(X_0 - P_M M_1)^2 < 4X_1 P_M M_0$ .

Будемо вважати найбільш вірогідною реалізацією першого варіанту за наявності двох рівноважних станів  $P_1^*, P_2^* > 0$ .

Для подальшого аналізу поведінкових властивостей рекурентного рівняння (6) запровадимо нову змінну  $\tilde{P}_k = P_k - P_1^*$ , яка є відхиленням внутрішньої ціни від першого рівноважного стану. Визначимо  $X^* = X_0 - X_1 P_1^*$  та  $M^* = M_0 + M_1 P_1^*$  як відповідні значення експорту та імпорту у рівноважному стані  $P_1^*$  ( $X^* = M^*$ ).

У нових позначеннях рекурентне рівняння (6) з урахуванням необхідних перетворень набуває такий вигляд:

$$\tilde{P}_{k+1} = \left[ 1 + \frac{VX^*}{Y} \left( 1 - \frac{X_1 P_1^*}{X^*} - \frac{P_M M_1}{X^*} \right) \right] \tilde{P}_k - X_1 \tilde{P}_k^2. \quad (8)$$

Якщо ввести поняття еластичності функції експорту за ціною  $\eta_X = \frac{X_1 P_1^*}{X^*}$  та відповідно функції імпорту  $\eta_M = \frac{P_M M_1}{M^*}$  і враховуючи, що  $X^* = M^*$ , то рівняння (8) трансформується таким чином:

$$\tilde{P}_{k+1} = \left[ 1 + \frac{VX^*}{Y} (1 - \eta_X - \eta_M) \right] \tilde{P}_k - \frac{VX_1}{Y} \tilde{P}_k^2. \quad (9)$$

З квадратного рівняння (7) нескладно довести, що

$$X^* (1 - \eta_X - \eta_M) = X^* - X_1 P_1^* - P_M M_1 = D.$$

Таким чином рівняння (9) перетворюється на

$$\tilde{P}_{k+1} = \left( 1 + \frac{VD}{Y} \right) \tilde{P}_k - \frac{VX_1}{Y} \tilde{P}_k^2. \quad (10)$$

Вираз (10) є рекурентне квадратичне рівняння, яке за допомогою лінійної заміни змінної  $\tilde{P}_k = \frac{Y+VD}{VX_1} u_k$  перетворюється у класичну форму рекурентного логістичного рівняння:

$$u_{k+1} = \alpha u_k (1 - u_k), \quad (11)$$

$$\alpha = 1 + \frac{VD}{Y} = 1 + \frac{VX^*}{Y} (1 - \eta_X - \eta_M). \quad (12)$$

Аналіз цього нелінійного рівняння, розв'язок якого може бути отриманий у результаті послідовних ітерацій квадратичної функції, є достатньо нетривіальним. Траєкторії мають такий різноманітний характер, що у змозі ілюструвати значний набір еволюційних змін у досліджуваному об'єкті. Розв'язками можуть

бути послідовності, які зростають або спадають, а також осциляційні процеси довільного періоду. Можливі також розв'язки, в яких деякий час не спостерігається ніякої закономірності, щоб потім перетворитися у стау або періодичну послідовність. Також існує і така динамічна поведінка, у якій немає ніяких проявів регулярності [1].

Рекурентне рівняння (11) має дві нерухомі точки (рівноважні стани):

$$u_1^* = 0, \quad u_2^* = 1 - \frac{1}{\alpha}.$$

Позначимо праву частину рівняння (11) через

$$f(u) = \alpha u (1 - u),$$

та знайдемо її похідну  $f'(u)$ :

$$f'(u) = \alpha (1 - 2u).$$

У нерухомій точці  $u_1 = 0$  похідна

$$f'(u) = f'(0) = \alpha.$$

Вважаючи  $\alpha$  додатною величиною, отримаємо умову стійкості тривіального рівноважного стану  $u_1 = 0$ . Ця умова існує, якщо  $0 < \alpha < 1$ . З урахуванням (12) отримаємо:

$$\eta_X + \eta_M > 1. \quad (13)$$

Нерівність (13) і є так званою умовою Маршала-Лернера [16].

За властивостями логістичного рівняння (11) має сенс розглядати значення  $\alpha$  тільки на інтервалі  $0 \leq \alpha \leq 4$  [1, 7]. Тому можна вважати нерухому точку  $u_1 = 0$  стійкою при  $0 \leq \alpha < 1$  та нестійкою якщо

$$1 \leq \alpha < 4. \quad (14)$$

У іншій нерухомій точці  $u_2 = 1 - \frac{1}{\alpha}$  похідна

$f'(u_2)$  має вигляд

$$f'(u_2) = f' \left( 1 - \frac{1}{\alpha} \right) = 2 - \alpha.$$

Умовою стійкості точки  $u_2 = 1 - \frac{1}{\alpha}$  є нерівність

$$|2 - \alpha| < 1, \text{ яка рівнозначна виразу } 1 < \alpha < 3.$$

Також, користуючись формулою (12) перетворимо подвійну нерівність (14) до іншої форми

$$1 - \frac{2Y}{VX^*} < \eta_X + \eta_M < 1. \quad (15)$$

Стійкості точки  $u_2$  не існує, якщо  $0 < \alpha < 1$  та  $3 < \alpha < 4$ .

Узагальнемо властивості розв'язків рівняння (11) згідно [1, 7] у випадку  $0 < \alpha \leq 4$ .

1) Якщо  $0 < \alpha \leq 1$ , то існує тільки єдина нерухома точка  $u_1 = 0$ , яка є стійкою.

2) У випадку  $1 < \alpha \leq 3$  нерухома точка  $u_1 = 0$  втрачає стійкість, а друга точка  $u_2 = 1 - \frac{1}{\alpha}$  стійка. Значення  $\alpha = 2$  є границею між монотонними та періодичними стійкими траєкторіями.

3) При  $3 \leq \alpha \leq 1 + \sqrt{6}$  обидві точки  $u_1$  та  $u_2$  є нестійкими, але з'являється притягувальний цикл періоду 2, сформований з двох точок

$$u^1, u^2 = \frac{\alpha \pm \sqrt{\alpha^2 - 2\alpha - 3}}{2\alpha}.$$

4) Якщо  $1 + \sqrt{6} \leq \alpha < 3,569\dots$ , то всі задані точки  $u_1, u_2, u^1, u^2$  є нестійкими, але з'являється притягувальний цикл періоду 4. Далі відбувається послідовне подвоєння періоду циклів – 8, 16, ... до граничного  $\alpha = 3,569\dots$ .

5) При  $3,569 \leq \alpha < 3,83$  усі нерухомі точки та цикли є нестійкими.

6) Якщо  $3,83 < \alpha < 4$ , то з'являються коливальні розв'язки довільного періоду. Наприклад періоду 3.

7) При  $\alpha = 4$  з'являються так звані хаотичні послідовності, суттєво залежні від початкових значень (11).

Треба зауважити, що при  $\alpha = 4$  існує аналітичний розв'язок рівняння (11), яке має наступний вигляд:

$$u_{k+1} = 4u_k(1 - u_k). \quad (16)$$

Розв'язком (16) є

$$u_k = \sin^2\left(2^k \cdot \arcsin \sqrt{u_0}\right) \quad (17)$$

де  $u_0 \in [0; 1]$  початкове значення ( $k = 0$ ).

Також рівняння (16) має дві нерухомі точки:

$$u_1 = 0, \quad u_2 = \frac{3}{4}.$$

Інша формула для розв'язку (16) існує у формі поліномів Чебишева [5].

Заради спрощення економічної інтерпретації отриманих результатів доцільно зменшити кількість параметрів базової математичної

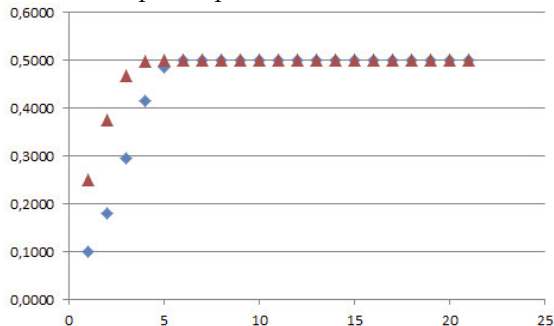


Рис.1. Стійка рівновага тривіального стану  $\alpha = 1$ ;  $u_0 = 0,1$ ;  $u_0 = 0,25$

моделі (6)-(11). Нехай  $\eta = \eta_X + \eta_M$  є сумарною еластичністю експорту та імпорту, а параметр  $\xi = \frac{Y}{VX^*}$  характеризує відношення величини національного доходу до відповідного значення експорту в умовах рівноваги торговельного балансу. У нових позначеннях параметр  $\alpha$  дорівнює:

$$\alpha = 1 + \frac{1 - \eta}{\xi}, \quad (18)$$

де  $\alpha, \eta, \xi$  – безрозмірні величини.

Якщо розглядати деякий фіксований інтервал відносно  $\alpha$ , наприклад,  $\alpha_1 < \alpha < \alpha_2$ , який характеризує відповідну динамічну поведінку для рівняння (11), то він може бути перетворений у термінах  $\eta$  і  $\xi$ :

$$1 - (\alpha_2 - 1)\xi < \eta < 1 - (\alpha_1 - 1)\xi, \quad (19)$$

де  $\alpha_1, \alpha_2$  – задані числа.

Враховуючи, що  $\alpha$  змінюється у межах  $0 < \alpha \leq 4$ , отримаємо

$$1 - 3\xi < \eta < 1 + \xi. \quad (20)$$

Також є необхідним надати інтерпретацію існування другого рівноважного стану рівняння

(11)  $u_2^* = 1 - \frac{1}{\alpha}$ . За допомогою (18) формула для  $u_2^*$

буде такою:

$$u_2^* = \frac{1 - \eta}{\xi + 1 - \eta}.$$

Для того, щоб  $u_2^*$  було додатним числом необхідно виконання умови  $\eta < 1$ . Це не задовольняє умовам Маршала-Лернера, але підтверджує результати попереднього аналізу стійкості другого стану рівноваги (15), яке трансформується до вигляду:

$$1 - 2\xi < \eta < 1.$$

На рис. 1 – 6 наведено графічні ілюстрації вищезначеного аналізу якісних властивостей логістичного рівняння (11) при різних значеннях  $\alpha$  та відповідних початкових умовах.

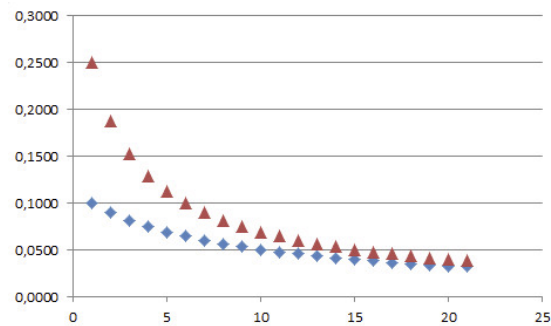


Рис.2. Лімітаційний рух в околі тривіального стану рівноваги  $\alpha = 2$ ;  $u_0 = 0,1$ ;  $u_0 = 0,25$

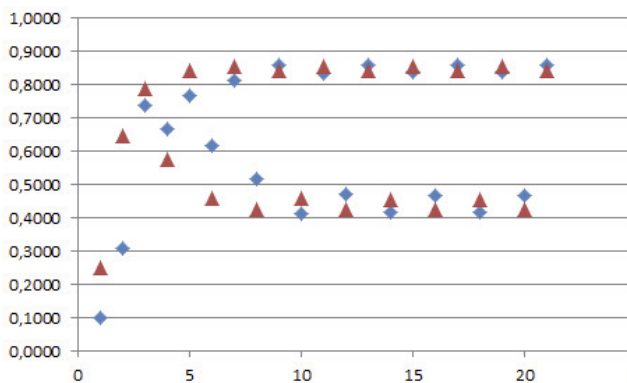


Рис.3. Регулярні коливання в околі нетривіальної рівноваги  
 $\alpha = 3 ; u_0 = 0,1 ; u_0 = 0,25$

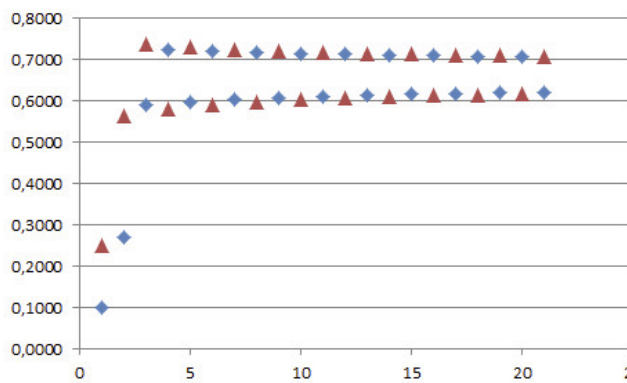


Рис.4. Притягувальний цикл періоду 2  
 $\alpha = 1 + \sqrt{6} ; u_0 = 0,1 ; u_0 = 0,25$

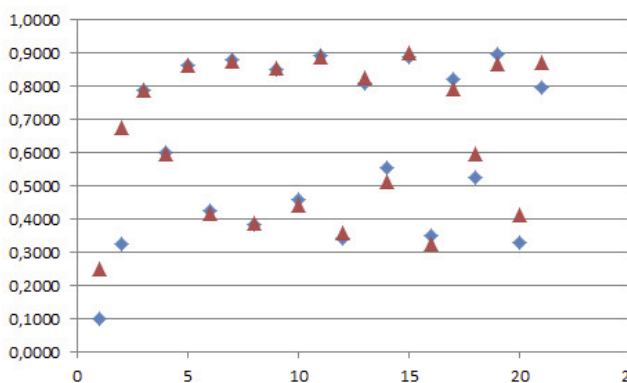


Рис.5. Осциляційні режими довільного періоду  
 $\alpha = 3,6 ; u_0 = 0,1 ; u_0 = 0,25$

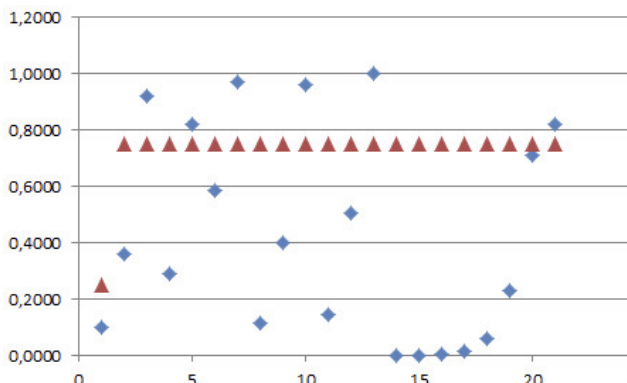


Рис.6. Динамічний хаос  
 $\alpha = 4 ; u_0 = 0,1 ; u_0 = 0,25$

Таким чином, якщо межами інтервалів для  $\alpha$  є  $\alpha_1$  та  $\alpha_2$ , то за допомогою формули (19) легко отримати відповідні межі для сумарної еластичності  $\eta$ , які будуть визначати інтервали існування різних типів динамічної поведінки рівняння (11), у тому числі й детермінованого хаосу.

Розглянемо процес формування внутрішньої ціни  $P(t)$  у неперервному часі  $t$ . Припустимо, що порушення рівноваги торговельного балансу реалізується так:

$$\frac{dQ(t)}{dt} = P(t)X(P(t)) - P_M M(P(t)), \quad (21)$$

де  $Q, P, X, M$  є вищезначеними.

За допомогою диференціювання за змінною  $t$  співвідношення (1) маємо:

$$\frac{dP(t)}{dt} = \frac{V}{Y} \frac{dQ(t)}{dt}. \quad (22)$$

З (21) та (22) можна отримати диференціальне рівняння для змінної ціни  $P(t)$ :

$$\frac{dP(t)}{dt} = \frac{V}{Y} (P(t)X(P(t)) - P_M M(P(t))). \quad (23)$$

Якщо розглянути явні вирази функцій експорту та імпорту за формулами (5), то буде

отримано диференціальне рівняння першого порядку з квадратичною нелінійністю:

$$\frac{dP}{dt} = \frac{V}{Y} (-X_1 P^2 + (X_0 - P_M M_1) P - P_M M_0). \quad (24)$$

Виділяючи повний квадрат у правій частині та виконуючи необхідні перетворення, представимо диференціальне рівняння (24) у спрощеній формі:

$$\frac{d\bar{P}}{d\tau} = \mu - \bar{P}^2, \quad (25)$$

$$\bar{P} = P - \frac{X_0 - P_M M_1}{2X_1}, \quad \mu = \left( \frac{X_0 - P_M M_1}{2X_1} \right)^2 - \frac{P_M M_0}{X_1},$$

$$\tau = \frac{VX_1}{Y} t.$$

Диференціальне рівняння (25) є модельним для сідловузлової біфуркації [14]. Наявність нерухомих точок (рівноважних станів) повністю визначається параметром  $\mu$ .

Якщо  $\mu > 0$ , то існують дві нерухомі точки

$$\bar{P}_{1,2} = \pm \sqrt{\mu}.$$

Якщо  $\mu = 0$  є двократний нульовий корінь

$$\bar{P}_1 = \bar{P}_2 = 0.$$

Якщо  $\mu < 0$  нерухомих точок не існує.



Рівняння (25) має аналітичні розв'язки:

$$1) \quad \mu > 0, \quad \bar{P}(\tau) = \sqrt{\mu} \tanh(\sqrt{\mu}(C_1 - \tau)),$$

$$C_1 = \frac{1}{\sqrt{\mu}} \operatorname{arc} \tanh \frac{\bar{P}_0}{\sqrt{\mu}}; \quad (26.a)$$

$$2) \quad \mu = 0, \quad \bar{P}(\tau) = \frac{\bar{P}_0}{1 + \bar{P}\tau}; \quad (26.б)$$

$$3) \quad \mu < 0, \quad \bar{P}(\tau) = \sqrt{-\mu} \operatorname{tg}(\sqrt{-\mu}(C_2 - \tau)),$$

$$C_2 = \frac{1}{\sqrt{-\mu}} \operatorname{arctg} \frac{\bar{P}_0}{\sqrt{-\mu}}, \quad \bar{P}(0) = \bar{P}_0. \quad (26.в)$$

При різних значеннях параметра  $\mu$  розв'язки диференціального рівняння (25) суттєво відрізняються за своїми властивостями. Тому навіть при малих варіаціях  $\mu$  в околі нуля відбувається якісна заміна еволюції ціни  $\bar{P}(\tau)$ , а розвиток ситуації можна бути продіагностувати методами якісної теорії динамічних систем без застосування складних комп'ютерних розрахунків [3].

Додатково розглянемо іншу ситуацію, коли рівновага торговельного балансу порушується з урахуванням ефекту післядії, тобто існує «динамічна пам'ять» процесу ціноутворення від початку  $t = 0$  до поточного моменту часу  $t$ . Формально це може виглядати так:

$$\frac{dQ}{dt} = \int_0^t K(t-\tau)F(P(\tau))d\tau, \quad (27)$$

$$F(P(\tau)) = P(t)X(P(t)) - P_M M(P(t)). \quad (28)$$

Функція  $K(t-\tau)$  називається ядром інтегрального перетворення і є кількісною характеристикою так званої «динамічної пам'яті» досліджуваного процесу. Функція  $K(t-\tau)$  є спадною функцією аргументу  $t$ .

Функція експортно-імпортного балансу (28) з урахуванням спів-відношень (5) має остаточний вигляд:

$$F(P) = -X_1 P^2 + (X_0 - P_M M_1)P - P_M M_0. \quad (29)$$

Функцію  $K(t-\tau)$  виберемо, наприклад, в операторній формі фільтру другого порядку:

$$K(\lambda) = \frac{b\lambda + a_0}{\lambda^2 + a_1\lambda + a_0}, \quad (30)$$

яка задовольняє умові нормування:

$$\int_0^\infty K(x)dx = 1 \text{ та } a_1, a_0, b - \text{додатні числа.}$$

Таким чином, за допомогою (22) отримуємо інтегро-диференціальне рівняння для  $P(t)$ :

$$\frac{dP}{dt} = \frac{V}{Y} \int_0^t K(t-\tau)F(P(\tau))d\tau. \quad (31)$$

Якщо у формулі (30) параметр  $\lambda$  вважати диференціальним оператором та виконати

перетворення (31), то буде отримане звичайне диференціальне рівняння третього порядку:

$$\frac{d^3 P}{dt^3} + a_1 \frac{d^2 P}{dt^2} + a_0 \frac{dP}{dt} = \frac{V}{Y} \left( b \frac{dF}{dP} \cdot \frac{dP}{dt} + a_0 F(P) \right), \quad (32)$$

$$\frac{dF}{dP} = X_0 - P_M M_1 - 2X_1 P.$$

Диференціальне рівняння (32) має два рівноважних стана  $P_{1,2}^*$  визначених формулою (7).

За допомогою заміни  $\tilde{P}(t) = P(t) - P_1^*$ , отримаємо диференціальне рівняння для відхилення ціни  $\tilde{P}(t)$  від нерухомої точки  $P_1^*$ .

Після необхідних перетворень маємо:

$$\frac{d^3 \tilde{P}}{dt^3} + a_1 \frac{d^2 \tilde{P}}{dt^2} + \left( a_0 - \frac{VD b}{Y} \right) \frac{d\tilde{P}}{dt} - \frac{a_0 VD}{Y} \tilde{P} + \frac{2VX_1 b}{Y} \tilde{P} \frac{d\tilde{P}}{dt} + \frac{2VX_1 a_0}{Y} \frac{\tilde{P}^2}{2} = 0, \quad (33)$$

де  $D = X^*(1 - \eta_x - \eta_M)$ .

Введемо нові позначення для змінних та постійних параметрів:

$$\tilde{P} = x_1, \quad \frac{d\tilde{P}}{dt} = x_2, \quad \frac{d^2 \tilde{P}}{dt^2} = x_3, \quad A_1 = -\frac{VD}{Y}, \quad A_2 = \frac{2VX_1}{Y}.$$

У цьому випадку диференціальне рівняння (33) перетвориться у систему трьох диференціальних рівнянь першого порядку з квадратичними нелінійностями:

$$\begin{cases} \frac{dx_1}{dt} = x_2, \\ \frac{dx_2}{dt} = x_3, \\ \frac{dx_3}{dt} = -a_0 A_1 x_1 - (a_0 + b A_1) x_2 - \\ -a_1 x_3 - a_0 A_2 \frac{x_1^2}{2} - b A_2 x_1 x_2. \end{cases} \quad (34)$$

Матриця лінійної частини системи (34) має вигляд:

$$\Phi = \begin{pmatrix} 0 & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 1 \\ -a_0 A_1 & -a_0 - b A_1 & -a_1 \end{pmatrix}$$

і володіє характеристичним поліномом:

$$\lambda^3 + a_1 \lambda^2 + (a_0 + b A_1) \lambda + a_0 A_1 = 0. \quad (35)$$

Необхідною умовою наявності коренів кубічного рівняння (35) з від'ємною дійсною частиною є додатність усіх коефіцієнтів. При тому умови  $A_1 > 0$  або  $\eta_x + \eta_M > 1$  потрібно виконати, що відповідає вищезначеним умовам Маршала-Лернера. Достатньою умовою стійкості рівноважного стану ( $x_1 = x_2 = x_3 = 0$ ) є також нерівність  $a_0 A_1 > a_1 (a_0 + b A_1)$ , що забезпечує умову від'ємності дійсної частини власних чисел системи (34), які є коренями (35).

Розглянемо більш детально поведінку динамічної системи (34) на межі області стійкості тривіального рівноважного стану:

$$a_1(a_0 + bA_1) = a_0A_1. \quad (36)$$

Підставляючи рівність (36) у кубічне рівняння (35) одержуємо таку факторизацію:

$$(\lambda + a_1)(\lambda^2 + a_0 + b \cdot A_1) = 0,$$

яка дає корені

$$\lambda_{1,2} = \pm i\omega, \quad \lambda_3 = -a_1, \quad (37)$$

де  $\omega^2 = a_0 + bA_1$ ,  $i^2 = -1$ .

Наявність таких власних чисел системи (34) дозволяє висунути гіпотезу про можливість існування граничного циклу в околі тривіальної рівноваги, так званої, біфуркації Андронова-Хопфа [14].

Для того, щоб виконати конкретний аналіз цієї біфуркаційної поведінки системи (34), треба представити досліджувану систему у вигляді нормальної форми Пуанкаре [14, 15]. Необхідно зробити відповідну заміну змінних, щоб отримати структуру лінійної частини у вигляді матриці

$$\Psi = \begin{pmatrix} 0 & -\omega & 0 \\ \omega & 0 & 0 \\ 0 & 0 & -a_1 \end{pmatrix}.$$

Така заміна формується так:

$$\begin{pmatrix} x_1 \\ x_2 \\ x_3 \end{pmatrix} = R \begin{pmatrix} y_1 \\ y_2 \\ y_3 \end{pmatrix},$$

де  $R$  є квадратною матрицею третього порядку, що складена із власних векторів відповідно до власних чисел (37). Після необхідних обчислень власних векторів маємо таку структуру матриці  $R$ :

$$R = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 1 \\ 0 & -\omega & -a_1 \\ -\omega^2 & 0 & a_1^2 \end{pmatrix}$$

і зв'язок між «старими» та «новими» змінними такий:

$$\begin{aligned} x_1 &= y_1 + y_3, \\ x_2 &= -\omega y_2 - a_1 y_3, \\ x_3 &= -\omega^2 y_1 + a_1^2 y_3. \end{aligned} \quad (38)$$

В результаті достатньо кропітких перетворень одержимо нормальну форму Пуанкаре для системи диференціальних рівнянь (34) у нових змінних  $y_1, y_2, y_3$ :

$$\begin{cases} \dot{y}_1 = -\omega y_2 + F_1(y_1, y_2, y_3), \\ \dot{y}_2 = \omega y_1 + F_2(y_1, y_2, y_3), \\ \dot{y}_3 = -a_1 y_3 + F_3(y_1, y_2, y_3), \end{cases} \quad (39)$$

$$F_1(y_1, y_2, y_3) = \frac{A_2}{\omega^2 + a_1^2} f(y_1, y_2, y_3),$$

$$F_2(y_1, y_2, y_3) = \frac{A_2 a_1}{(\omega^2 + a_1^2) \omega} f(y_1, y_2, y_3),$$

$$F_3(y_1, y_2, y_3) = -F_1(y_1, y_2, y_3),$$

$$f(y_1, y_2, y_3) = a_0 \frac{y_1^2}{2} + (a_0 - 2a_1 b) \frac{y_3^2}{2} -$$

$$-b\omega y_1 y_2 + (a_0 - a_1 b) y_1 y_3 - b\omega y_2 y_3$$

Наявність нормальної форми (39) дає можливість знайти безпосередньо першу величину Ляпунова для з'ясування стійкості або нестійкості граничного циклу або довести існування двократних циклів.

Для цього необхідно виконати послідовність необхідних обчислень згідно алгоритму, що надано у [15] з використанням тих же позначень параметрів.

Перша величина Ляпунова визначається за формулою:

$$l_1(0) = \frac{i}{2\omega} \left( g_{20} g_{11} - 2|g_{11}|^2 - \frac{1}{3}|g_{02}|^2 \right) + \frac{g_{21}}{2}. \quad (40)$$

Дійсна частина (40) має такий вигляд:

$$\text{Re} l_1(0) = \frac{1}{2} \text{Re} \left( \frac{i \cdot g_{20} \cdot g_{11}}{\omega} + \text{Re} g_{21} \right). \quad (41)$$

Комплексно-значні параметри  $g_{20}, g_{11}, g_{21}$  складаються з елементів системи (39) і є достатньо громіздкими. Тому наведемо остаточний вираз для (41) у вигляді:

$$\text{Re} l_1(0) = \frac{-A_2^2 (8a_0^3 + a_0^2 a_1^2 + 4a_1^2 a_0 (a_0 - a_1 b) + 2a_1^2 (a_0 - a_1 b)^2)}{16a_1 (\omega^2 + a_1^2)^2 (4\omega^2 + a_1^2)},$$

$$\omega^2 = \frac{a_0^2}{a_0 - a_1 b}. \quad (42)$$

Легко бачити, що із формули (42) випливає від'ємність дійсної частини першої величини Ляпунова. Це означає стійкість граничного циклу, який утворюється навколо тривіального рівноважного стану. Треба відзначити, що надана процедура є ефективним алгоритмом аналізу біфуркації народження циклу, якщо досліджувана система звичайних диференціальних рівнянь є достатньо простою для виконання обчислень.

Висновки. У розглянутому дослідженні продемонстровано низку динамічних моделей кількісної теорії грошей як у дискретному, так і у неперервному часі. Необхідно підкреслити структурну нестійкість усіх наданих моделей, що обумовлено виконанням класичного формалізму стійкості – умови Маршала-Лернера. Визначені усі типи біфуркаційної поведінки, що можна спостерігати для найбільш важливого економічного параметра – сумарної еластичності експортно-імпортних операцій. Це надає можливість діагностувати небажані траєкторії економічної поведінки.

## THE DYNAMICS OF EXPORT-IMPORT INTERACTION

**Anatoliy Voronin**, Candidate of Technical Sciences, Docent, Department of Higher Mathematics and Economic and Mathematical Methods, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, 9-a Nauki ave, Kharkov, Ukraine, 61166, e-mail: [anatolii.voronin@m.hneu.edu.ua](mailto:anatolii.voronin@m.hneu.edu.ua), ORCID <http://orcid.org/0000-0003-2570-0508>

**Elina Zhelezniakova**, Candidate of Physics and Mathematics Sciences, Docent, Department of Higher Mathematics and Economic and Mathematical Methods, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, 9-a Nauki ave, Kharkov, Ukraine, 61166, e-mail: [elina.zhelezniakova@m.hneu.edu.ua](mailto:elina.zhelezniakova@m.hneu.edu.ua), ORCID <http://orcid.org/0000-0001-6409-4761>

This work is devoted to the dynamic interpretation of the basic provisions of the quantitative theory of money. Namely, the construction of models of price changes for marketable products in the performance of export-import activities both in discrete and continuous time. A number of hypotheses are used to determine the conditions for the violation of the equilibrium states of the trade balance using the classical macroeconomic Fisher equation. An overview of scientific works is presented, which highlights the main factors for the implementation of foreign economic activity: exchange rates and devaluation. The analysis of the considered sources testifies to the presence of the problem of stability of the observed dynamic processes in the vicinity of the state of equilibrium, which have the traditional name of the Marshall-Lerner condition. A detailed study of the stability criteria of a discrete dynamic model with quadratic nonlinearity demonstrates a significant variety of trajectories of the studied process. These are, in particular, increasing or decreasing aperiodic behavior, oscillating processes of a fixed period, bifurcations of doubling the period and chaotic trajectories. The limits of distribution of various types of evolutionary changes in terms of elasticities as important indicators of export-import operations are indicated. For models of pricing dynamics in continuous time, a detailed analysis of the structural instability of equilibrium states was performed. Saddle-nodal bifurcation and no less important Andronov-Hopf bifurcation, which is associated with the formation of a boundary cycle around the equilibrium state, are distinguished. It is proved that the found cycle is unique and stable. For a discrete model of price formation, appropriate calculations are performed to demonstrate different types of evolutionary behavior. The given discrete model based on the Fisher equation can be used for qualitative forecasting (by trajectories) of the dynamics of internal pricing without the use of traditional methodology of econometric analysis of time series. This model is characterized by the fact that it is reduced to a single complex parameter and this greatly simplifies the definition of the corresponding types of dynamical regimes in the vicinity of equilibrium states.

**Keywords:** dynamic model, stability theory, bifurcation, difference equation.

## ДИНАМИКА ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

**Воронин Анатолий Витальевич**, канд. техн. наук, доцент, кафедра высшей математики и экономико-математических методов, Харьковский национальный университет имени Семена Кузнеця, проспект Науки 9а, г. Харьков, Украина, 61166, e-mail: [anatolii.voronin@m.hneu.edu.ua](mailto:anatolii.voronin@m.hneu.edu.ua), ORCID <http://orcid.org/0000-0003-2570-0508>

**Железнякова Элина Юрьевна**, канд. физ.-мат. наук, доцент, кафедра высшей математики и экономико-математических методов, Харьковский национальный университет имени Семена Кузнеця, проспект Науки 9а, г. Харьков, Украина, 61166, e-mail: [elina.zhelezniakova@m.hneu.edu.ua](mailto:elina.zhelezniakova@m.hneu.edu.ua), ORCID <http://orcid.org/0000-0001-6409-4761>

Эта работа посвящена динамической интерпретации базовых положений теории. А именно, построению моделей ценовых изменений на товарную продукцию при выполнении экспортно-импортных операций как в дискретном, так и в непрерывном времени. При этом использован целый ряд гипотез, определяющих условия нарушения равновесных состояний торгового баланса с помощью классического макроэкономического уравнения Фишера. Приведен обзор научных трудов, который выделяет основные факторы для реализации внешнеэкономической деятельности: валютные курсы и девальвация. Анализ рассмотренных источников свидетельствует о наличии проблемы устойчивости наблюдаемых динамических процессов в окрестности состояния равновесия, которые имеют традиционное название условия Маршала-Лернера. Подробное изучение критериев устойчивости дискретной динамической модели с квадратичной нелинейностью демонстрирует значительный разнообразие траекторий исследуемого процесса. Таковыми, в частности, является растущая или убывающая апероидическая поведение, колебательные процессы фиксированного периода, бифуркации удвоения периода и хаотические траектории. Указанные границы раздела различных типов эволюционных изменений в терминах эластичности как важных показателей экспортно-импортных операций. Для моделей динамики ценообразования в непрерывном времени был выполнен подробный анализ структурной неустойчивости равновесных состояний. Выделено седло-узловую бифуркацию и не менее важную бифуркацию Андронова-Хопфа, связанную с образованием вокруг состояния равновесия предельного цикла. Доказано, что найденный цикл является единственным и устойчивым. Для

дискретної моделі формування ціни виконано відповідні розрахунки для демонстрації різних видів еволюційної поведінки. Представлена дискретна модель на базі рівняння Фішера може бути використана для якісного прогнозування (по траєкторіям) динаміки внутрішнього ціноутворення без застосування традиційної методології економічного аналізу часових рядів. Для цієї моделі характерно те, що вона зведена до єдиного комплексного параметру і це суттєво спрощує визначення відповідних типів динамічних режимів в околицях рівноважних станів.

**Ключевые слова:** динамічна модель, теорія стійкості, бифуркація, різницеве рівняння.

### Література

1. Бобровски Б. Введение в теорию динамических систем с дискретным временем. М.: Ижевск: НИЦ «Регулярная и хаотическая динамика» 2006. 360с.
2. Василенко Ю. Моделювання імпорту в Україні товарів із країн – торговельних партнерів (крім країн СНД та Балтії). *Вісник Національного банку України*. 2001. №6. С.34–38.
3. Великий Ю. М., Воронин А. В. Неустойчивость динамики цены в макроэкономическом уравнении Фишера. *Бизнес-информ*. 2005. №7-8. С. 61-65.
4. Воронин А. В. Циклы в задачах нелинейной макроэкономики. Х.: ИД «ИНЖЭК», 2006. 136с.
5. Воронин А. В., Гулько О. В. Хаос на рынке труда. *Инфраструктура рынка*. Вип.6. 2017. С. 254-25.
6. Derbentsev, V., Babenko, V., Khrustalev, K., Obruch, H., Khrustalova, S. Comparative Performance of Machine Learning Ensemble Algorithms for Forecasting Cryptocurrency Prices. *International Journal of Engineering, Transactions A: Basics*, 2021. 34(1), 140-148. <http://dx.doi.org/10.5829/ije.2021.34.01a.16>
7. Магницкий Н. А., Сидоров С. В. Новые методы хаотической динамики. М.: Едиториал УРСС, 2004. 320с.
8. Михайличенко С. Ю., Лук'янченко І. Г. Реальний ефективний обмінний курс гривні: економічний зміст, динаміка, моделі, застосування: Київ, КМАкадемія, 2000р. 200с.
9. Харенко К. М. Аналіз впливу обмінного курсу на торговий баланс України. *Культура народів Причорномор'я*. 2013. №258. С. 90-92.
10. Шаповаленко Н. В. Оцінка впливу факторів доходу та відносних цін на зовнішньоторгівельні потоки. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. Тернопільський національний економічний університет, 2015. Т.19. №1. С.240-247.
11. Шевчук В. Платіжний баланс і макроекономічна рівновага в трансформаційних економіках: досвід України: Монографія. Львів, Каменяр, 2001р. 496с.
12. Шкрабаренко Ю. М. Специфіка дії умови Маршала-Лернера в контексті процесів транснаціоналізації світової економіки. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. Вип.122, 2014. С. 157–164.
13. Gonddf G. Economic dynamic. Berlin and New York, Springer Verlag, 1996. P.560.
14. Guckenheimer J., Holmes P. Nonlinear Oscillations, Dynamical Systems and Bifurcation of Vector Fields, Springer Verlog, 1983. P.560.
15. Hassard B. D., Kazarinoff N. D. and Wan Y.-H. Theory and Application of The Hopf Bifurcation. Cambridge University Press: Cambridge, 1981. 286p.
16. Lerner Abba P. Factor Price in International Trade. *Economika*. Vol.19. February, 1952. P. 11-40.
17. Mc. Kinnon R. Exchange Rate of Wage Change in International Adjustment Japan and China versus the United States. *International Economics and Economical Policy*. Vol. 2. 2005. P. 261-274.

### References

1. Bobrovski B. (2006) Vvedenie v teoriyu dinamicheskikh sistem s diskretnym vremenem. M.: Izhevsk: NIC «Regulyarnaya i haoticheskaya dinamika». 360 p.
2. Vasilenko Yu. (2001) Modelyuvannya importu v Ukraïni tovariv iz kraïn – torgivel'nih partneriv (krim stran SND ta Baltiï). *Visnik Nacional'nogo banku Ukraïni*. №6. P.34–38.
3. Velikij Yu. M., Voronin A. V. (2005) Neustojchivost' dinamiki ceny v makroekonomicheskom uravnenii Fishera. *Biznes-inform*. №7-8. P. 61-65.
4. Voronin A. V. (2006) Sikly v zadachah nelinejnoj makroekonomiki. H.: ID «INZhEK». 136 p.
5. Voronin A. V., Gun'ko O. V. (2017) Haos na rynke truda. *Infrastruktura rynku*. Vip.6. P.254-25.
6. Derbentsev, V., Babenko, V., Khrustalev, K., Obruch, H., Khrustalova, S. (2021). Comparative Performance of Machine Learning Ensemble Algorithms for Forecasting Cryptocurrency Prices. *International Journal of Engineering, Transactions A: Basics*, 34(1), 140-148. <http://dx.doi.org/10.5829/ije.2021.34.01a.16>
7. Magnickij N. A., Sidorov S. V. (2004) Novye metody haoticheskoy dinamiki. M.: Editorial URSS. 320 p.
8. Mihajlichenko S. Yu., Luk'yanchenko I. G. (2000) Real'nij effektivnij obminnij kurs grivni: ekonomichnij zmist, dinamika, modeli, zastosuvannya: Kiïv, KMAkademiya. 200 p.

9. Harenko K. M. (2013) Analiz vplivu obminnogo kursu na trgovij balans Ukraïni // Kul'tura narodiv Prichernomor'ya. № 258. P. 90-92.
10. Shapovalenko N. V. (2015) Ocinka vplivu faktoriv dohodu ta vidnosnih cin na zovnishn'otorgivel'ni potoki. *Ekonomichnij analiz: zb. nauk. prac'*. Ternopil's'kij nacional'nij ekonomichnij universitet, t.19. №1. P.240-247.
11. Shevchuk V. (2001) Platizhnij balans i makroekonomichna rivnovaga v transformacijnih ekonomikah: dosvid Ukraïni: Monografiya. L'viv, Kamenyar. 496 p.
12. Shkrabarenko Yu. M. (2014) Specifika diï umovi Marshala-Lernerera v konteksti procesiv transnacionalizaciï svitovoi ekonomiki. *Aktual'ni problemi mizhnarodnih vidnosin*. Vip.122. P. 157–164.
13. Gondffo G. (1996) Economic dynamic. Berlin and New York, Springer Verlag. P.560.
14. Guckenheimer J., Holmes P. (1983) Nonlinear Oscillations, Dynamical Systems and Bifurcation of Vector Fields, Springer Verlag. P.560.
15. Hassard B. D., Kazarinoff N. D. and Wan Y.-H. (1981) Theory and Application of The Hopf Bifurcation. Cambridge University Press: Cambridge. 286 p.
16. Lerner Abba P. (1952) Factor Price in International Trade. *Economika*. Vol.19. February. P. 11-40.
17. Mc.Kinnon R. (2005) Exchange Rate of Wage Change in International Adjustment Japan and China versus the United States. *International Economics and Economical Policy*. Vol. 2. P. 261-274.

Статтю отримано 25 квітня 2021 р.

**DIGITAL EFFECTS ON MACROECONOMIC STABILITY IN THE FRAMEWORK OF COVID-19 PANDEMIC: EU PRACTICE\*****Yuliia Humenna**

PhD (Economics), Senior lecturer  
Sumy State University  
Rymaskogo-Korsakova st., 2, Sumy, Ukraine, 40007  
e-mail: y.gumenna@finance.sumdu.edu.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5309-6016>  
Scopus Author ID: 57223390447

**Inna Tiutiunyk**

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor  
Sumy State University  
Rymaskogo-Korsakova st., 2, Sumy, Ukraine, 40007  
e-mail: i.karpenko@finance.sumdu.edu.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5883-2940>  
Scopus Author ID: 57195070131

**Oleksandra Tverezovska**

student  
Sumy State University  
Rymaskogo-Korsakova st., 2, Sumy, Ukraine, 40007  
e-mail: o.tverezovska@finance.sumdu.edu.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0054-5575>

The article deals with the investigation of the impact drivers on the gross domestic product as the main indicator of socio-economic development of the country in conditions of the COVID-19 pandemic. *The subject of the research* in the article is the indicators of macroeconomic stability of the EU and Non-EU countries. *The purpose of the article* is to assess interrelation between the GDP and destabilizing economic factors, for European Union and Non-EU countries, and – to define the role of digitalization in providing the country's economic growth. Tasks: to study the trends of indicators of macroeconomic stability of the country, to determine the role of digitalization in economic development, to conduct a comparative analysis of indicators of digitalization of the economy and macroeconomic stability of EU and Non-EU countries. General scientific used research methods: analysis - to analyze the main indicators of macroeconomic stability of countries and identify trends in their change under the influence of digitalization processes; methods of factor analysis - to find the factors that have the greatest impact on the indicators of macroeconomic stability of the country. The obtained results: the economic barriers affected by the pandemic were defined: dramatic falling of foreign direct investments; declining of cross-country trade volumes; global manufacturing output decreasing; unemployment rising, reductions in working time, temporary layoffs and job-search discouragement. Empirical estimations based on the correlation analysis allowed making the conclusions about: close inverse relationship between GDP, import, inflation rate; slight inverse relationship between GDP and FDI, unemployment rate, external debt, general governmental gross debt; little direct link between GDP and population, IMD World Digital Competitiveness rank.

**Key words:** economic growth, digitalization, COVID-19 pandemic, e-business, IMD World Digital Competitiveness rank, barrier, macroeconomic stability

**Formulation of the problem.** Today's trends show a significant impact of the COVID-19 on all spheres of country's socio-economic development. The processes of the global pandemic contributed to the intensification of digitalization of economy's sectors. Under these conditions, the volume of transactions in the field of e-business has increased that affected the development of both national and global economies.

The effects of the pandemic and the accompanying quarantine measures resulted in changes in lifestyle of the society, which ultimately affected the indicators of country's socio-economic development, including indicators of its macroeconomic stability and gross domestic product as the key one among them.

**Analysis of recent research and publications.** Investigations on the Covid-19 pandemic issues and its effects on the indicators of

\* **Cite as:** Humenna, Yu., Tiutiunyk, I., Tverezovska, O. (2021). Digital Effects on Macroeconomic Stability in the Framework of COVID-19 Pandemic: Eu Practice, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 70-77. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-07>

macroeconomic development, in particular within economic sectors, are gaining global popularity today among scientists and practicing financiers, entrepreneurs who already have active business or those who is at the stage of implementation the start-up.

The peculiarities of macroeconomic development, business digitalization and innovative digital trends for economic activity during the COVID-19 were covered in researches on economic, financial and social topics [1, 2, 3, 4, 5, 6]. In particular, in our previous studies, the interrelation between the country's growth indicators, on the one hand, and crisis phenomena, levers of destabilization, on the other hand, was substantiated [7, 8, 9, 10,11].

Depending on the rates of economic, financial, social development of countries, each country has been more or less affected by the pandemic on its growth indicators. In order to improve visibility and objective research, it becomes necessary to conduct cross country analysis of the degree of impact of factors on the resulting indicator of economic growth - gross domestic product.

**The purpose of the paper** is to assess the sensitivity of GDP as the main indicator of socio-economic development of both European Union (EU) and Non-EU countries to the instance of imbalances in the economy (the case of the COVID-19 pandemic) and substantiate the role of digitalization in providing the country's economic growth.

**Research results.** Nowadays among the main trends in the development of informatization of society, which applies to almost all spheres of life, including economics, public administration, science, art, it should be noted the intensive spread of digital processes, in particular rapid development of the Internet. Industries directly related to information and telecommunications technologies are growing faster than traditional

industries and are gaining dominance. Such branches of economy as communication, mass media, consulting services, etc. gradually and organically flow into the sphere of the Internet.

Today, online transactions within digital platforms become increasingly important. Its development is so rapid that most of the world's largest companies, along with the traditional off-line are beginning online business.

E-business is developing rapidly in the world, due to both the improvement of technical conditions and the peculiarities of consumer behavior. The COVID-19 pandemic further emphasized the role and importance of ICTs, intensifying the volume and scale of financial transactions online. Talking within global merits more than 205 countries are affected currently with the influence of COVID-19 [1, 2, 5]. The COVID-19 pandemic effects much the development of all areas, but it is especially important for the e-commerce activity, as this area allows ensure all necessary requirements of current coexistence, ensuring social distance. E-commerce allows many businesses to operate in new conditions and expand the geography of its activity.

The downside of the pandemic medal considers its negative impact on the economic growth of the EU countries as well as Non-EU countries (Figure 1). As a result of the significant impact of the pandemic and the quarantine measures that accompanied it on the life of society, the following processes have become typical for all countries: dramatic falling of foreign direct investments; declining of cross-country trade volumes, in particular its export and import volumes; global manufacturing output decreasing; rising unemployment, reductions in working time, temporary layoffs and job-search discouragement [6].

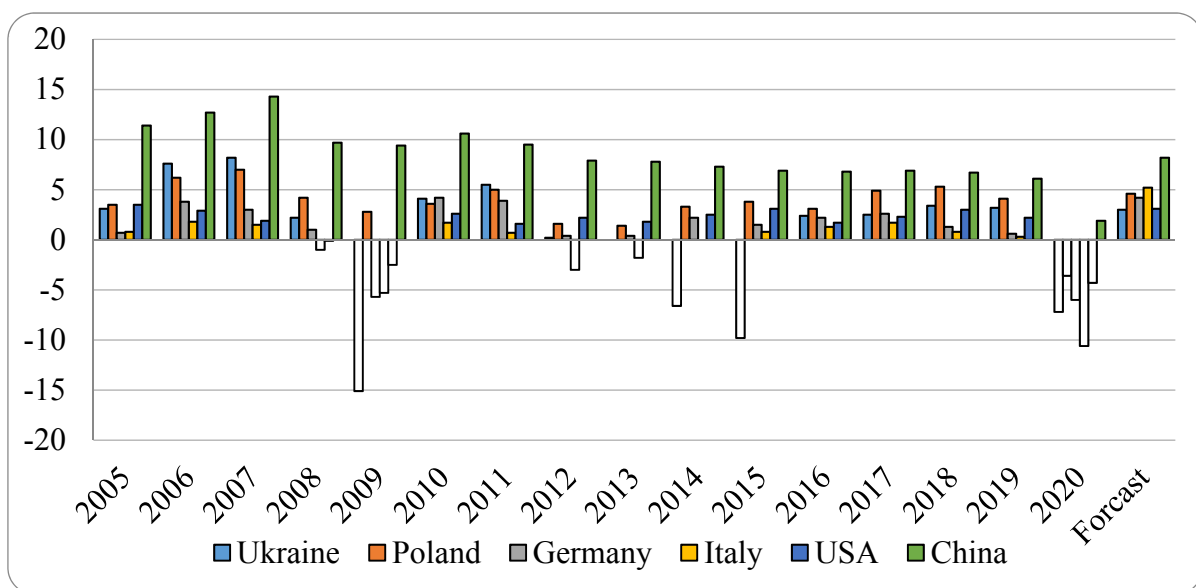


Figure 1. Dynamics of real GDP growth in the EU countries and Non-EU countries  
Source: created by the author based on the sources [11]

The Figure 1 demonstrates that crisis situation caused by pandemic condition effects world economy even deeper than during the crisis in 2009 year. A Coronavirus crisis affects dramatically economies of EU countries as well as Non-EU countries. At the range of analyzed countries the worst results in 2020 year have Italy and Mexico - real GDP decreases here on 8,9 % and on 8, 2 % relatively. But according to forecast the situation will change for better and the rate of GDP growth in all analyzed countries will be positive.

Thus, the influence of Covid-19 pandemic has shifted the emphasis, role and importance of key indicators of GDP as the main macroeconomic indicator of country's economic development. In such conditions, there is a need to determine the degree of impact of key levers on GDP for EU countries and Non-EU countries.

It should be emphasized that the choice of factors that determine the GDP considering digital signs of current economic process is a difficult challenge. All traditional factors of GDP (macroeconomic indicators), except e-business and e-commerce transactions, are characterized by traditional measurement indicators. Due to the impossibility of accurately determining the volume of e-commerce and imperfect mechanisms of legal regulation this type of commerce, in particular its tax accruals and deductions, it is necessary to choose the indicator that reflects digital progress of the country and could be assessed. To our mind, the indicator that meets these criteria is IMD World Digital Competitiveness rate. It characterizes digital advantages of the country for digitally based economic activity. Moreover, IMD

World Digital Competitiveness rate represents opportunities and capabilities for the implementation of online forms of business at the macro level of the country. Thus, the factors of this index – technology, future readiness and knowledge - are relevant with characteristics of e-commerce as a form (component) of e-business. The factor “Technology” characterizes the ICT coverage of relevant economic entities. Factor «Knowledge” - characterizes the ability to use modern digital technologies, in particular the ability to work in online platforms while carrying out e-commerce. Factor “Future readiness” defines the forms and vectors for the implementation of the business model in the Internet environment (Table 1).

At the same time, for Ukraine, like many other non-EU countries, the active digitalization of all sectors of the economy and not only caused by COVID – 19 has become a certain kind of challenge.

Active role of digitalization processes and growth of online business during the pandemic period creates a need to make an observe on the IMD World digital competitiveness ranking 2020 (within its components - Knowledge, Technology and Future Readiness) in comparison with countries, which were taking into account in the analysis of the GDP level (Figure 2).

The position of Ukraine on the Figure 2 confirms the fact of low level of its digital competitiveness - thus, all three factors leave behind our country in a range of other analyzed countries in World rank. The worst positions of Ukraine in this ranking are followed by the factor Technology and Future readiness.

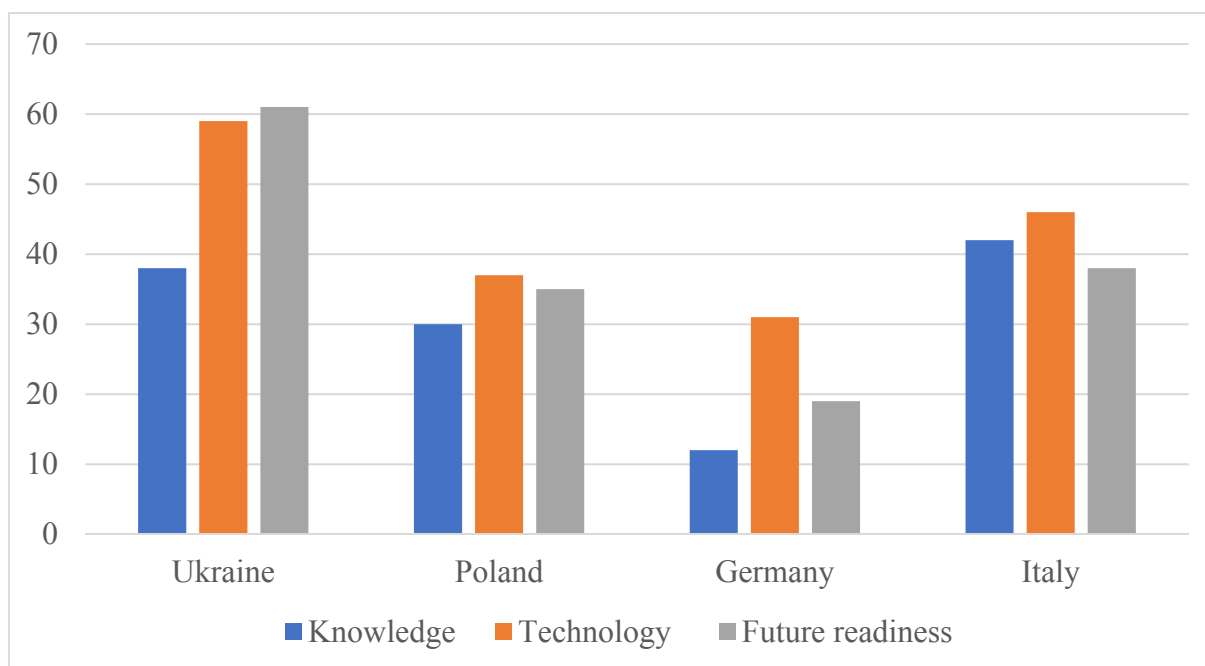


Figure 2. Countries ranking according to the factors of IMD World digital competitiveness ranking 2020  
Source: created by the author based on the sources [12].



Table 1

IMD World digital competitiveness ranking within its factors, sub-factors and criteria

Factor	KNOWLEDGE				TECHNOLOGY			FUTURE READINESS		
	Talent	Training & education	Scientific concentration	Regulatory framework	Capital	Technological framework	Adaptive attitudes	Business agility	IT integration	
Rankings criteria	Educational assessment PISA – Math	Employee training	Total expenditure on R&D (%)	Starting a business	IT & media stock capitalization	Communications technology	E-Participation	Opportunities and threats	E-Government	
	International experience	Total public expenditure on education	Female researchers	Enforcing contracts	Funding for technological development	Mobile Broadband subscribers	Internet retailing	World robots distribution	Public-private partnerships	
	Foreign highly-skilled personnel	Higher education achievement	R&D productivity by publication	Immigration laws	Banking and financial services	Wireless broadband	Tablet possession	Agility of companies	Cyber security	
	Management of cities	Pupil-teacher ratio (tertiary education)	Scientific and technical employment	Development & application of tech.	Country credit rating	Internet users	Smartphone possession	Use of big data and analytics	Software piracy	
	Digital/ Technological skills	Graduates in Sciences	High-tech patent grants	Scientific research legislation	Venture capital	Internet bandwidth speed	Attitudes toward globalization	Knowledge transfer		
	Net flow of international students	Women with degrees	Robots in Education and R&D	Intellectual property rights	Investment in Telecommunications	High-tech exports (%)		Entrepreneurial fear of failure		

Source: created by the author based on the sources [12].

In order to conduct a more in-depth analysis of Ukraine's position in terms of digital competitiveness compared to other countries, the factors, sub-factors and criteria defining IMD World digital competitiveness ranking are systematized in the Table 3. Each group of factors can be subdivided into sub-factors and each sub-factor is measured by relevant criteria. Thus, according to the report of IMD World Competitiveness Center about IMD World digital competitiveness ranking 2020 in terms of 63 countries Ukraine has the best positions among the countries according on the factor Knowledge, in particular its two sub-factors: Training & education sub factor (within the criteria - Total public expenditure on education and Pupil-teacher ratio (tertiary education)) and Scientific concentration (within criteria Female researchers and R&D productivity by publication). The rating of Ukraine is completely opposite for two other factors - Technology and Future readiness. The country is characterized by five criteria in which its performance is the worst compared to other countries. They are: Scientific research legislation and Intellectual property rights (within the sub-factor Regulatory framework in Technology aspect), Mobile Broadband subscribers and Wireless broadband (within the Technological

framework in Technology aspect), Cybersecurity (IT integration in Future Readiness).

Therefore, as the factors of the proposal, which have a fundamental impact on the GDP, we can distinguish the following:

- export activity;
- import activity;
- foreign direct investment;
- inflation rate;
- unemployment rate;
- the size of national and external debt;
- IMD World Digital Competitiveness rate;
- population.

Therefore, in order to predict and regulate the size of GDP for EU countries and Non-EU countries in the conditions of instability, in particular – due to the COVID-19 pandemic, there is a need to manage mentioned above factors and define the role of digital competitiveness plays in GDP growth nowadays.

In order to specify the relationship between the GDP and the factors of its growth the method of Pairwise correlations of variables was carried out. The empirical estimates consider using World Bank Data for the period from 2013 till 2019 year. Factor model of GDP dependence on its growth indicators for Ukraine is presented in Table 2.

Table 2

**Factor model of GDP dependence on its growth indicators for Ukraine**

	GDP	EXP	IMP	FDI	INF	Unemp	Gggd	Debt_ext	WDCR	Pop
GDP	1.0000									
EXP	0.9859	1.0000								
IMP	-0.9765	-0.9938	1.0000							
FDI	-0.5822	-0.6400	0.6011	1.0000						
Pop	-0.0574	-0.1531	0.1033	0.7257	1.0000					
Unemp	0.3181	0.1825	-0.2165	0.3022	0.4189	1.0000				
Gggd	0.0196	-0.1285	0.0602	0.5674	0.6716	0.8745	1.0000			
Debt_ext	-0.0857	-0.2246	0.1457	0.5899	0.8186	0.6269	0.9088	1.0000		
WDCR	0.7416	0.6768	-0.6906	-0.4207	0.2964	0.2735	0.2003	0.3191	1.0000	
INF	-0.7985	-0.7252	0.7429	0.0513	-0.2967	-0.7690	-0.5023	-0.2755	-0.5252	1.0000

Source: created by the author based on the sources [11].

The standard built-in features of MS Excel have identified the following indicators, which proved the existence of a correlation between the

factors of the econometric model, and identified the need of lag using for further results (Table 3).

Table 3

**The correlation coefficients of GDP and its growth indicators for EU and Non-EU countries**

	Export	Import	FDI	Population	Unemployment rate	General government gross debt	External debt	IMD World Digital Competitiveness rate	Inflation rate
<b>GDP<sub>Ukraine</sub></b>	0,9859	-0,9765	-0,5822	-0,0574	0,3181	0,0196	-0,0857	0,7416	-0,7985
<b>GDP<sub>Poland</sub></b>	0,8154	-0,8215	-0,5486	-0,0639	-0,4182	-0,3788	-0,4942	0,2014	-0,8112
<b>GDP<sub>Germany</sub></b>	0,7151	-0,7135	-0,4261	-0,0109	-0,3910	-0,4711	-0,5322	0,2374	-0,7109

	Export	Import	FDI	Population	Unemployment rate	General government gross debt	External debt	IMD World Digital Competitiveness rate	Inflation rate
<b>GDP<sub>Italy</sub></b>	0,7091	-0,6612	-0,6112	-0,0813	-0,7123	-0,4424	-0,4735	0,3209	-0,7231
<b>GDP<sub>Chile</sub></b>	0,5109	-0,7372	-0,4124	-0,0412	-0,5412	-0,5423	-0,4112	0,7161	-0,8089
<b>GDP<sub>Mexico</sub></b>	0,4911	-0,7621	-0,7145	-0,0611	-0,4709	-0,4721	-0,3991	0,5981	-0,6093

Source: created by the author based on own calculation

Based on the calculations, the following conclusions are made:

- there is a close inverse relationship between the size of GDP and such indicators as the import activities, and inflation rate - that is, when number of above-mentioned factors increases, the amount of GDP decreases;
- there is a slight inverse relationship between the GDP and FDI, amount of population, unemployment rate, external debt; general governmental gross debt;
- there is little direct link between the amount of GDP and amount of population, level of IMD World Digital Competitiveness rank.

The results of the performed correlation analysis show that countries such as Ukraine, Mexico, Chile are characterized by a significant positive relationship between the IMD World Digital Competitiveness rate and GDP growth (respectively - 0.74, 0.6, 0.72), while Poland, Germany, Italy (respectively - 0.20, 0.24, 0.32) - are characterized by an insignificant relationship between the level of digitalization of the country and the growth of its GDP.

Such results can be explained by the fact that the level of digitalization in the EU countries was higher even before the emergence of COVID-19 - digital forms of doing business have been practiced for a long time and are being successfully implemented - therefore, the business entities were readier to practice online methods in

work during quarantine period accompanied by COVID - 19.

**Conclusions.** The unstable socio-economic situation in the countries of the world, which has developed over the last year as a result of the COVID-19 pandemic, is characterized by a global scale of coverage and the long-term nature of the impact on society and economic development. At the same time, the pandemic and the accompanying quarantine measures led to the intensification of digitalization processes and the active introduction of an online business. New models and forms of doing business, redistribution of consumer interests, and consequently the active development of some sectors of the economy and the decline of others - all this has led to a shift in emphasis on the role and leverage of gross domestic product as an indicator of socio-economic development.

The results of the investigation based on empirical estimates allowed to make following conclusions: there is a close inverse relationship between the size of GDP and such indicators as the export activities, FDI, general governmental gross debt and external debt; there is a slight inverse relationship between the GDP and inflation rate; there is little direct link between the amount of GDP and amount of population; there is a direct close relationship between amount of GDP and level of e-commerce, which we identify as ranking in IMD World Digital Competitiveness rank.

#### ЕФЕКТИ ВПЛИВУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА МАКРОЕКОНОМІЧНУ СТАБІЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19: ПРАКТИКА ЄС

**Гуменна Юлія Григорівна**, кандидат економічних наук, доцент, старший викладач, кафедра фінансів і підприємництва, Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна, E-mail: [y.gumenna@finance.sumdu.edu.ua](mailto:y.gumenna@finance.sumdu.edu.ua), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5309-6016>, Scopus Author ID: 57223390447

**Тютюнник Інна Володимирівна**, доктор економічних наук, доцент, доцент, кафедра фінансів і підприємництва, Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна E-mail: [i.karpenko@finance.sumdu.edu.ua](mailto:i.karpenko@finance.sumdu.edu.ua), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5883-2940>, Scopus Author ID: 57195070131

**Тверезовська Олександра Ігорівна**, студентка, кафедра фінансів і підприємництва, Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна E-mail: [o.tverezovska@finance.sumdu.edu.ua](mailto:o.tverezovska@finance.sumdu.edu.ua), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0054-5575>

Стаття присвячена дослідженню факторів впливу на валовий внутрішній продукт як основний індикатор соціально-економічного розвитку країни в умовах пандемії COVID-19. Предметом дослідження у статті є показники макроекономічної стабільності країн Європейського Союзу та країн, що не входять в ЄС. Мета статті - оцінити взаємозв'язок між ВВП і дестабілізуючими економічними факторами для країн Європейського Союзу та країн, що не входять в ЄС, і - визначити роль цифровізації в забезпеченні економічного зростання країни. Завдання: дослідити тенденції зміни показників макроекономічної стабільності країни, визначити роль цифровізації в економічному розвитку, провести порівняльний аналіз показників цифровізації економіки та макроекономічної стабільності країн ЄС та країн, що не входять до ЄС. Використовуються загальнонаукові методи дослідження: аналізу - для визначення основних показників макроекономічної стабільності країн та виявлення тенденцій їх зміни під впливом процесів цифровізації; методи факторного аналізу - для виявлення драйверів, які найбільше впливають на показники макроекономічної стабільності країни. Отримані результати: визначено економічні бар'єри, якими супроводжувалась пандемія: різке зниження обсягів прямих іноземних інвестицій; зниження обсягів міждержавної торгівлі; скорочення обсягів виробництва в глобальному вимірі; зростання безробіття, скорочення робочого часу, тимчасові звільнення і відмова від пошуку роботи. Емпіричні оцінки, розраховані на основі кореляційного аналізу, дозволили зробити висновки про: тісний зворотний зв'язок між ВВП, імпортом, рівнем інфляції; невелику зворотну залежність між ВВП і ПІІ, рівнем безробіття, зовнішнім боргом, загальним державним валовим боргом; слабкий прямий зв'язок між ВВП і населенням, Світовим рейтингом цифрової конкурентоспроможності.

**Ключові слова:** економічне зростання, цифровізація, пандемія COVID-19, електронний бізнес, Світовий рейтинг цифрової конкурентоспроможності, бар'єр, макроекономічна стабільність.

### ЭФФЕКТЫ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19: ПРАКТИКА ЕС

**Гуменная Юлия Григорьевна**, кандидат экономических наук, доцент, Сумский государственный университет, ул. Римского-Корсакова, 2, г. Сумы, 40007, Украина; e-mail: y.gumenna@finance.sumdu.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5309-6016>, Scopus Author ID: 57223390447

**Тютюнык Инна Владимировна**, доктор экономических наук, доцент, Сумский государственный университет, ул. Римского-Корсакова, 2, г. Сумы, 40007, Украина; e-mail: i.karpenko@finance.sumdu.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5883-2940>, Scopus Author ID: 57195070131

**Тверезовская Александра Игоревна**, студентка, Сумский государственный университет, ул. Римского-Корсакова, 2, г. Сумы, 40007, Украина; e-mail: o.tverezovska@finance.sumdu.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0054-5575>

Статья посвящена исследованию факторов воздействия на валовой внутренний продукт как основной индикатор социально-экономического развития страны в условиях пандемии COVID-19. Предметом исследования в статье являются показатели макроэкономической стабильности стран ЕС и стран, не входящих в ЕС. Цель статьи - оценить взаимосвязь между ВВП и дестабилизирующими экономическими факторами для стран Европейского Союза и стран, не входящих в ЕС, и - определить роль цифровизации в обеспечении экономического роста страны. Задачи: изучить тенденции изменения показателей макроэкономической стабильности страны, определить роль цифровизации в экономическом развитии страны, провести сравнительный анализ показателей цифровизации экономики и макроэкономической стабильности стран ЕС и стран, не входящих в ЕС. Используемые общенаучные методы исследования: анализа - для анализа основных показателей макроэкономической стабильности стран и выявления тенденций их изменения под влиянием процессов цифровизации; методы факторного анализа - для идентификации драйвером, оказывающие наибольшее влияние на показатели макроэкономической стабильности страны. Полученные результаты: определены экономические барьеры, сопровождающие пандемию: резкое падение объема прямых иностранных инвестиций; снижение объемов межгосударственной торговли; сокращение объемов производства в глобальном контексте; рост безработицы, сокращение рабочего времени, временные увольнения и отказ от поиска работы. Эмпирические оценки, произведенные на основании корреляционного анализа, позволили сделать выводы о: тесной обратной связи между ВВП, импортом, уровнем инфляции; небольшой обратной зависимости между ВВП и ПИИ, уровнем безработицы, внешним долгом, общим государственным валовым долгом; слабой прямой связи между ВВП и населением, Мировым рейтингом цифровой конкурентоспособности.

**Ключевые слова:** экономический рост, цифровизация, пандемия COVID-19, электронный бизнес, Мировой рейтинг цифровой конкурентоспособности, барьер, макроэкономическая стабильность.

### Література

1. Andrienko, O. E-commerce and Consumer Trends During Coronavirus. URL: <https://www.semrush.com/blog/ecommerce-covid-19/>

2. Bhatti, A., Akram, H., Basit, H.M., Khan, A. U., Naqvi, S. M. R., Bilal, M. E-commerce trends during COVID-19 Pandemic. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*. 2020, 13(2), 1449-1452.
3. Gao, X., Shi, X., Guo, H., Liu, Y. To buy or not buy food online: The impact of the COVID-19 epidemic on the adoption of e-commerce in China. *PLoS ONE*. 2020, 15(8). URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0237900>
4. Pantelimon, F.-V., Georgescu, T. M., Posedaru, B.-S. The Impact of Mobile e-Commerce on GDP: A Comparative Analysis between Romania and Germany and how Covid-19 Influences the e-Commerce Activity Worldwide. *Informatica Economica*. 2020, 24(2), 27-41.
5. Nakhate, S. B., Jain, N. The Effect of Coronavirus on E-Commerce. *Studies in Indian Place Names*. 2020, 40(68), 516-518.
6. UNCTAD (2020). Covid-19 and E-commerce. Impact on businesses and policy responses. Retrieved URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2020d12\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2020d12_en.pdf)
7. Tiutiunyk, I., Zolkover, A., Lyeonov, S., Kwilinski, A., Vysochyna, A., Kostornova, S. The Innovative financial technologies and its impact on shadow transactions. *Socio-Economic Challenges*. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference. 2020, 422-425.
8. Humenna, Y. H., Tymoshenko, S. Merits and challenges of digital economy in developing countries. *Proceedings from the International Scientific and Practical Conference on Socio-Economic Challenges*. 2020, 436-439.
9. Tiutiunyk, I. V., Humenna, Yu. G. Financing of eco-oriented Projects: theory and practice. *Managing economic growth: marketing, management, and innovations*. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. 2016, 428-440.
10. Боронос, В. Г., Карпенко, І. В. Моделювання макроекономічних індикаторів розвитку регіонів: оцінка рейтингу. Збірник тез доповідей 11-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції «Статистична оцінка соціально-економічного розвитку» 2011, 143-146
11. International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/>
12. IMD World Digital Competitiveness Ranking 2020. URL: [IMD World Digital Competitiveness Ranking 2020](https://www.imd.com/)

#### References

1. Andrienko, O. (2020). E-commerce and Consumer Trends During Coronavirus. URL: <https://www.semrush.com/blog/ecommerce-covid-19/>;
2. Bhatti, A., Akram, H., Basit, H.M., Khan, A. U., Naqvi, S. M. R., Bilal, M. (2020). E-commerce trends during COVID-19 Pandemic. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*, 13(2), 1449-1452.
3. Gao, X., Shi, X., Guo, H., Liu, Y. (2020). To buy or not buy food online: The impact of the COVID-19 epidemic on the adoption of e-commerce in China. *PLoS ONE*, 15(8). URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0237900>
4. Pantelimon, F.-V., Georgescu, T. M., Posedaru, B.-S. (2020). The Impact of Mobile e-Commerce on GDP: A Comparative Analysis between Romania and Germany and how Covid-19 Influences the e-Commerce Activity Worldwide. *Informatica Economica*, 24 (2), 27-41.
5. Nakhate, S. B., Jain, N. (2020). The Effect of Coronavirus on E-Commerce. *Studies in Indian Place Names*, 40(68), 516-518.
6. UNCTAD (2020). Covid-19 and E-commerce. Impact on businesses and policy responses. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2020d12\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2020d12_en.pdf)
7. Tiutiunyk, I., Zolkover, A., Lyeonov, S., Kwilinski, A., Vysochyna, A., Kostornova, S. (2020). The Innovative financial technologies and its impact on shadow transactions. *Socio-Economic Challenges*. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference, 422-425.
8. Humenna, Y. H., Tymoshenko, S. (2020). Merits and challenges of digital economy in developing countries. *Proceedings from the International Scientific and Practical Conference on Socio-Economic Challenges*, 436-439.
9. Tiutiunyk, I. V., Humenna, Yu. G. (2016). Financing of eco-oriented Projects: theory and practice. *Managing economic growth: marketing, management, and innovations*. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement, 428-440.
10. Boronos, V. G., Karpenko, I. V. (2011). Modeliuvannia makroekonomichnykh indyikatoriv rozvytku rehioniv: otsinka reitynhu [Modeling of macroeconomic indicators of regional development: rating assessment]. Statistical assessment of socio-economic development: a collection of abstracts of the 11th All-Ukrainian scientific-practical conference, Khmelnytsky: Khmelnytsky University of Management and Law, 143-146
11. International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/>
12. IMD World Digital Competitiveness Ranking 2020. URL: [IMD World Digital Competitiveness Ranking 2020](https://www.imd.com/)

Статтю отримано 2 квітня 2021 р.

## PROSPECTS FOR DIGITALIZATION OF THE ECONOMY OF UKRAINE: OPPORTUNITIES AND THREATS\*

**Elena Dovgal**

Doctor of Economic Sciences, Professor  
Arthur Golikov International Economic Relations Department  
V.N. Karazin Kharkiv National University  
Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022  
e-mail: e.dovgal@karazin.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3219-9731>  
Scopus Author ID: 57217603375

**Georgiy Dovgal**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
Department of Travel Business and Country Studies  
V.N. Karazin Kharkiv National University  
Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022  
e-mail: g.dovgal@karazin.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0644-1793>

**Maria Ishchenko**

Senior Lecturer  
Arthur Golikov International Economic Relations Department  
V.N. Karazin Kharkiv National University  
Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022  
E-mail: lazarchuk@karazin.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4275-9579>

Today in some countries there is more and in others - less effective digital transformation in the direction of introduction and use of modern digital technologies in the field of tangible and intangible production. Its goal is to increase the productivity and competitiveness of enterprises, as well as the national economy as a whole. The subject of the article is the process of creation and development of the digital economy. It is he who in the future must bring material production to a new level and ensure the solution of the problems of international competitiveness of domestic production and national security of Ukraine. The aim of the article is to study the prospects of innovative development of Ukraine in the context of digitalization of the economy, as well as related opportunities and threats to the Ukrainian economy. General scientific methods are used, such as systems analysis, synthesis and abstract-logical analysis to study the essence of the digital economy, which creates conditions for efficient production of material goods, determines progress in all areas of the national economy. The following results have been obtained: in the modern sense, the digital economy is an infrastructure of economic activity based on information and computer digital technologies, cyberphysical systems, and artificial intelligence. This process dictates its own rules for the further development of material production, management and regulation, the system of social relations, the legal system and society as a whole. Conclusions: among the main tasks of the national program to create a digital economy in the emerging global digital space, should be highlighted digitization of material production, services and society as a whole, as well as ensuring effective participation of the country in all processes of global ecosystems of the digital economy and the global digital space. Today, Ukraine has a unique opportunity to make a "digital leap" in the main sectors of the economy. The development of digital infrastructure will guarantee new jobs, which will help reduce unemployment. It is the timely transition and massive digitalization that will help Ukraine integrate into the global trend.

**Keywords:** INDUSTRY 4.0, digital economy, global digital space, digital technologies, artificial intelligence, cybersecurity.

**Introduction.** INDUSTRY 4.0, like previous industrial revolutions, covers material production, which transforms all aspects of human life: the person himself, his family and family

\* **Cite as:** Dovgal, E., Dovgal, G., Ishchenko M. (2021). Prospects for Digitalization of the Economy of Ukraine: Opportunities and Threats, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 78-88. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-08>

relationships, social relations, the business environment, the structure of the state and the system of public administration.

In the deployment of INDUSTRY 4.0 and its product, the digital economy, a small group of countries are leading. The world leaders in terms of the contribution of INDUSTRY 4.0 to the country's GDP are Great Britain, the Republic of Korea, China, India, Japan, and the USA [1].

The nature of the manifestation and goals of INDUSTRY 4.0 in different countries is noted and depends on the level of their development and the tasks being solved. So in Germany, the program "Industry 4.0" is being implemented – the focus on the processing industry, in Japan – "Society 5.0" – people are at the forefront, in the USA - Digital Economy Agenda – government support for the development of new technologies, in the UK Digital Strategy – a strategy for the development of digital technologies, in China – state projects "Plan 863" (name 863 – dated March 3, 1986), "Torch", Made in China 2025[2].

Today, in some countries there is more, and in others – less effective digital transformation is going on, representing the introduction and use of modern digital technologies in the field of material and non-material production in order to increase the productivity and competitiveness of enterprises/organizations. Digital transformation leads to professional transformation. The success of the digital transformation policy is primarily determined by availability of professional staff, interest and opportunities of the business community, material and financial resources, control system, the political will of the country's leadership [3].

Analysis of recent research and publications. Many scientific works of domestic researchers are devoted to the study of various aspects of the development of the digital economy. In particular, N. Kasianova, O. Kendiukhov, O. Kochubei, Y. Oliinyk, O. Sokhatska, and Yu. Zhukova [4] analyze the state of the domestic IT market and conclude on the need to develop a unified strategy for digital transformation of Ukraine's economy, which should be the goal of cooperation between the state, science and business. V. Zarubei, V. Kuybida, A. Kozhyna, L. Vdovichena, N. Varenia [5] explore the prospects for the development of management of socio-economic security of Ukraine, taking into account the potential of digitalization, as well as the strategy of public administration for the coming years.

Valuable in the scientific sense of research on the problems of the digital economy are scientific works and practical research and development of modern scientists. R. Heeks [6] identifies the strategic priorities of the digitalization policy of the economy in developing countries, gives recommendations on why and what interventions are needed. T. Niebel [7] analyzed the phenomenon of the collision of information and technology, the

impact of new means of communication on the processes of economic growth on the example of the European Union over a 15-year period. Z. Zhou, S. Xie, D. Chen [8] considered in detail the methods of digital science of production to solve practical technological problems in modern production processes.

Thus, the issue of digital economy is reflected in numerous studies of economists. However, the high speed of transformation processes taking place in the modern world causes a rapid change in many aspects of the digital economy. Digitization extends to an increasing number of processes and phenomena, which requires appropriate research and determines their relevance.

**The purpose of the article** is to research of prospects of innovative development of Ukraine in the context of digitalization of economy.

**Results and discussion.** The main goal of the development of the digital economy in the country is the creation and development of a digital environment – infrastructure, which in the future should bring material production to a new level and provide a solution to the problems of international competitiveness of domestic production and the national security of Ukraine. And the overriding goal is to improve the quality of life. There is a direct relationship between the formation of a digital economy in the country and an increase in the welfare of the population: without an increase in welfare, it is difficult to achieve a real formation of the digital economy, and without it, an increase in welfare becomes virtually fabulous [9].

In the modern sense, the digital economy is an infrastructure of economic activity based on information and computer digital technologies, cyber-physical systems (CPS), artificial intelligence (AI), which dictate their own rules for the further development of material and non-material production, management and regulation systems, systems of social relations, the legal system and society as a whole. The national program for creating a digital economy should cover the service sector and, above all, the public service sector, the state management system and provide for:

- creation of a supporting infrastructure for the digital economy;
- cardinal improvement of the education system;
- ensuring universal digital literacy;
- support for domestic companies – generators of digital and other end-to-end technologies [10].

In reality, this is the path that developed countries have already passed or are completing. Ukraine lingered on this path. Therefore, among the main tasks of the national program for creating a digital economy within the framework of the emerging global digital space, one should highlight:

- providing technological leadership;
- formation of a qualitatively new structure of economic assets;
- digitalization of the branches of material production, the service sector and in general the entire socio-economic, state and public life of society;
- formation of the principles of digital management of economic resources;
- building confidence in the digital economy and the digital environment among the domestic business community and civilian population through the attractiveness of organizational and regulatory mechanisms and the work of state bodies, in particular structures such as multifunctional centers;
- improving the well-being of the population;
- ensuring the security and sovereignty of the national space of the digital economy;
- ensuring effective participation of the country in all processes of the formation of the global ecosystem of the digital economy and the global digital space, which, in particular, provides for the creation of smart cities based on information and communication technologies (ICT) aimed at reducing the level of bureaucracy and the transition of state bodies to digital media instead of paper [4].

The digital economy in all formats does not by itself produce food, clothing, equipment, motor fuel, etc., but creates conditions for the efficient production of material goods, predetermines progress in all spheres of the national economy. In Ukraine, for this it is necessary to carry out the following measures:

- end-to-end automation of all major production and economic processes;
- development of the market for personalized production and consumption;
- increasing the aggregate efficiency of economic entities;
- mobilization of knowledge through exchange;
- creation of new jobs in high-tech industries;
- creation of conditions for the development of entrepreneurial and labor activity;
- creating conditions for improving the level and quality of life of the population;
- ensuring technological leadership in the global digital space;
- development of the processing industry based on artificial intelligence;
- introduction of effective forms of management;
- full development of small, medium and individual entrepreneurship;
- the formation of a digital space and the trust of entrepreneurship and the population in the digital environment;
- guaranteeing the security and sovereignty of the domestic digital economy space;

- ensuring effective participation of the state, the domestic business community and civil society in the processes of forming a global ecosystem of the digital economy and the global digital space [5].

All of the above is the sunny side of the promoted digital economy, behind which its shadow underpinnings are hidden. Knowledge and understanding of the hidden side of the digital economy allows you to take preventive measures to neutralize and eliminate negative consequences.

Humanity is on the verge of an all-encompassing crisis (spiritual, cultural, environmental, political, economic) and is not ready to accept the digital economy in full scale and in full due to its moral and ethical imperfection. Under certain conditions, the products of the digital economy can negatively affect the functionality and work skills of a person:

- worsen his memory (why remember if there are smartphones);
- suppress his skills of spatial and geographical orientation, making a person dependent on navigators built into smartphones and tablets, and in the near future, into the person himself;
- reduce the ability to manual labor;
- to kill the ability to express one's thoughts clearly, clearly, beautifully, since the memory, which is replaced by gadgets, works poorly, and in the near future artificial intelligence will write everything for a person, express his thoughts, ideas;
- to replace analytical thinking with clip consciousness [5].

Among the factors holding back and even blocking the development of the digital economy in Ukraine, one should single out socio-economic, legal and political factors, as well as national characteristics. All of these factors are interrelated. Each of them affects all the others, ignoring one factor negatively affects all the others.

The social factor, first of all, should be attributed to low wages. The underestimated wages of the working population blocks the formation and development of a solvent consumer market, effective demand and sales markets for products of both traditional (analog) and digital economies. As a result, the life of some families does not even fit into the system of existence from paycheck to paycheck, while others are abundant. Unfortunately, the former constitute the critical mass, which determines the socio-economic situation in the country. Low salaries and a low standard of living not only prevent the consumer market from developing, but also reduce the motivation to increase the efficiency of labor activity, and, therefore, to implement and use the achievements of the digital economy [5].

An undeveloped consumer market hinders the development of entrepreneurial activity.



Ultimately, the growth of the social divide and the gap between capital and labor incomes widens and, as a result, inequality increases. The problems of poverty and social stratification are worldwide. As shown by a study by the international organization Oxfam dealing with poverty issues and the Swiss bank Credit Suisse, about 82% of all benefits created in the world in 2019 are concentrated in the hands of only 1% of the world's population, which is far from the most talented [11].

The success of creating a digital economy is determined not only by financing, reducing corruption, theft and fraud, but also largely by the awareness and understanding of the population and entrepreneurs of its essence, its importance for everyone. The person (population) who will directly implement the digital economy expects certain advantages and benefits from its implementation. A person should feel its necessity, advantages and benefits that it brings, relief in solving everyday problems, feel a real growth in their well-being, an increase in free time and the possibility of a normal rest [9].

Support for small and medium-sized businesses can become a real force in the development of the digital economy. What is difficult to establish at large enterprises can today be performed by small and medium-sized businesses, as well as individual entrepreneurs and inventors, i.e. people organizing a unique production. Entrepreneurs need a sales market, they need a solvent consumer who wants and can buy their products. We are talking about the final consumer of digital economy products. Small and medium businesses are potential taxpayers.

The coincidence of interests of the population, business and the state is the most important basis for the implementation of any program. Businesses are showing interest in the implementation of innovative projects and the digital economy. State support is required: financial, administrative, legal. In the USA, Germany, China, and Great Britain, businesses receive broad support in the development of the digital economy [3].

Import dependence has become the Achilles heel of the Ukrainian economy, which manifested itself in the country's growing dependence on imports of hydrocarbons and all industrial and consumer (non-food) goods, which means complete dependence on world prices for hydrocarbons [3].

The dependence on imports of industrial equipment in the current environment is becoming a brake on the development of the digital economy in Ukraine. Today, the domestic industry operates mainly on imported equipment and foreign technologies, which are supposed to be digitized and robotized within the digital economy. This direction of development of the Ukrainian economy puts it under foreign control. According to J'son &

Partners Consulting experts, the leaders in the production of electronic and optical equipment are China, Japan, the Republic of Korea, with the USA, Germany, France, Great Britain and Italy behind them. In the future, Ukraine's ability to approach developed countries in terms of production of such important equipment necessary for the implementation of the digital economy looks very doubtful [3].

Today, the national mentality does not correspond to the ongoing rapid changes, it is characterized by subjectivity in decision-making. This blocks work with big data (DB), from which it is necessary to correctly select the necessary information of the required volume to objectively justify decisions. It should be remembered that the Pareto rule works: the accuracy and correctness of processing 20% of the data allows you to get answers to 80% of the problems and make the appropriate decisions. The cost of adjusting for minor socioeconomic and / or technical negligence at the start increases with distance from the starting point. In practice, this leads to irretrievable losses of human, material, financial and time resources allocated for the implementation of the decision. And most importantly, the performers have disappointment and distrust in the management system and doubts about the competence of managers. Errors made at the input multiply at the output and turn into an ineffective decision. Database technologies are the speed of finding the right solution from the set, but not the final one. The search and analysis of information with the subsequent choice of strategy and decision-making takes at least 30-35% of the manager's working time [12].

Any program requires funding and it is no secret that digitalization is very expensive. Given the ineffectiveness of spending funds and invincible corruption, its price will become an unbearable burden for society and, above all, for the population. In addition, one should take into account the impoverishment of the population caused by both external and internal factors, including the dependence of domestic consumer markets (with the exception of food) on imported products. Therefore, it is necessary to attract private capital, creating comfortable conditions for investors.

Monopolization of information flows – a form of modern capital – by a small group (elite), as well as the monopolization of the world's material wealth by this same group, multiplies the stratification of the population. Monopolization of information flows, intensified by the increasing robotization of production and social processes, acts, in fact, to control and monopolize income, enhancing the differentiation of society. Even the spread of broadband Internet will not deprive the elite of the opportunity to maintain monopolization and control over information flows. One must be able to work with information and be able to use

it. Consequently, differentiation in society will not only persist, but, possibly, increase. A wealthy segment of the population has great opportunity to work with increasing amounts of information and use the results to obtain benefits. This trend manifests itself well at the global level. The information gap, the ability and ability to work with the database between rich and poor countries has a steady upward trend. 2002-2007 the gap between rich and poor countries in the ability to work with huge flows of information has grown from 8 to 15 times [11].

The value of information as capital is constantly increasing. The whole world knows the famous expression of Nathan Rothschild, said by him 200 years ago: who owns information, he owns the world. This is not enough today. You need to be able to structure this information, translate it into knowledge, in competence - the ability to apply the knowledge gained in practice and then into benefits and income.

The personnel issue is a major problem for all countries. The struggle for human capital is escalating, and the value of human capital is constantly increasing. The personnel issue includes the problem of personality and team building, the problem of unique specialists, legislation and professional development. Human resources are the most valuable capital in any country, in any organization or company. The loss of a specialist is irreparable. The no-one is irreplaceable principle is becoming obsolete. There are specialists who have the abilities of an organizer, administrator, generator of ideas, charisma and the ability to select and build a team.

The success of the implementation of the program largely depends on the specific persons who are appointed responsible for the implementation of specific areas of the program.

Team building is another staffing problem. Formation of a team on the principle of nepotism, favoritism, personal loyalty turns into the selection of an incompetent team, incompetent leadership, which ultimately leads to increased corruption, theft, and the collapse of any undertaking. If the selection of personnel is based on the knowledge, competencies, abilities of the individual and her ability to work in a team, success will not be long in coming. It should be recalled that the creation of the digital economy is accompanied by huge financial flows. The latter determines the struggle for participation in the team.

Professional development is another domestic problem. The entrepreneur's investments in education, training and retraining of personnel are designated as production costs. But this is an investment in human capital that allows you to increase production, improve the efficiency of the work process and improve product quality. This investment should pay off [13].

Robotization, drones and deserted production create new professions, but massively displace

people, close jobs and do not create new ones. The growing mega-unemployment can become the most difficult problem of digital economy. Rising unemployment could also generate new global labor migration flows. These trends are already evident today. Unemployment as one of the negative properties of any technical and technological progress can give rise to various forms of protest under current conditions. In Great Britain at the beginning of the 19th century. Luddism was born - a protest movement against the mechanization of production during the industrial revolution. Modified forms of this protest may appear today. For example, against robotization.

Massive robotization of production processes and the introduction of smart factories (advocated by the entrepreneurial community), as noted, lead to job losses and the death of many professions. The growth of an army of people deprived of work and means of livelihood intensifies stratification and increases social tension in society, which inevitably leads to riots and revolutionary upheavals. At the same time, companies are losing consumer markets, and with them profits. The production of goods and services becomes meaningless. Many see the way out of the socio-economic catastrophe in the formation of an unconditional basic income (UBI). This idea is actively supported by American and European entrepreneurs. In the European Union, the minimum tax-free UBI is set at about € 1,000 per person per month from birth to old age. It is assumed that the UBI must guarantee a person freedom from labor slavery. However, according to experts, the estimated size of the UBI will only worsen the financial situation of the poor. UBI, solving a social problem, generates the problem of financing, more precisely, its sources, and contributes to the degradation of the resources of a quality workforce [14].

Digitalization, robotization make a person dependent on technology, smart gadgets, without which it becomes more and more difficult to do without. And this dependence is growing with the increase in the number of smart devices. Memory and knowledge replace smartphones, computers, and the Internet. A person loses the ability to express their thoughts and feelings. Fantasy is replaced by ready-made pictures, curiosity and knowledge - by the Internet. A person strives to get everything at once and quickly without due effort and effort and is not ready to patiently achieve the goal. Technology has always helped a person to survive, and today it determines a person's life. A modern person can no longer do without a smartphone, tablet, navigator, which have become not only a part of his life, but also a part of the person himself. Culture has always been a part of a person's life, determined his development, humanity grew up on culture. The digital economy turns everything upside down: technology

determines human behavior, his actions, and it is unlikely that culture will help survival in these conditions [15].

The use of foreign search engines and software is a disregard for national security issues. It is enough to analyze the work of the Google search engine, which determines what you are looking for, who is searching, where the search is being conducted, the duration of the search (time spent on the site). Having determined this, the system selects the appropriate material on the next visit. The information from this search engine can be used by the relevant authorities. The use of foreign software puts national security under foreign control.

Outdated and outdated laws and regulations impede the development of the digital economy. By now, too many legislative taboos have accumulated that impede and block the development of entrepreneurial activity. The formation and development of the digital economy requires the creation of a favorable organizational, infrastructural and regulatory framework. We need a national digital jurisdiction for the development of entrepreneurship in a new economic order. The latter puts forward special requirements for legislators. Of these requirements, the need for professionalism and large-scale thinking should be emphasized, including:

- availability of knowledge, skills and abilities to timely see trends in the development of business and economy, including digital;
- ability to predict these trends for the future, for the long term;
- the ability to comprehensively and qualitatively analyze the draft law in order to avoid further revisions and amendments;
- ability to respond quickly to changes in the socio-economic and political spheres [16].

Bureaucratization and excessive demands on entrepreneurs is another disease of our society, manifested in excessive reporting, endless approvals and lengthy bureaucratic procedures. In Ukraine, document circulation is carried out mainly in paper form, in the USA – in electronic format.

Redundant reporting persists due to the lack of a shared digital trust environment. As a result, the use of the system of electronic contracts is blocked due to the underdevelopment of the use of digital signatures and the system of identification and authentication of persons. Until now, the oldest system of confirmation of the authority of some persons in relation to other persons and organizations operates on the basis of a paper system of notarial powers of attorney. Creating a unified digital environment of trust will reduce costs and accelerate the formation of new business processes. A comprehensive legislation on the digital economy is required, focused on the long-term perspective of the development of the virtual

and real economies, as well as providing for the elimination of legislative barriers. In particular, it is necessary to resolve the issues of legislative regulation of the technology of using big data and blockchain technology. To date, the use of these technologies in companies and government bodies is not legally defined. Business entities must be sure that they do not violate the law using new technologies.

The process of adopting regulatory legal acts has a very long way to go, which does not correspond to constantly accelerating changes in reality, and even more so will not correspond to changes in the digital economy. Control system. The existing system of management and regulation, enveloped in a network of corruption, does not ensure effective development, on the contrary, it hinders it. The state management and control system significantly lags behind the development of the digital economy and its components in other countries, including the information flows of big data and the development of digitalization. The regulatory environment of the digital economy must quickly change to meet the changing reality.

The digital economy, like any phenomenon, has two sides, and they must be compared, commensurate. An analysis of the explicit and hidden side of the digital economy makes it possible to work out measures to strengthen and develop its positive prospects, but at the same time to develop a program to neutralize its negative properties. Historically, two polar approaches to the assessment of technical and technological progress have developed: technical optimism (technophilia) and technical pessimism (technophobia). Technophilia absolutizes positive prospects for the development of technology and technology. This is what is happening around the world today in connection with the prospect of realizing the digital economy. Technophobia reflects the fear of scientific and technological progress generated by its negative sides - weapons of mass destruction (nuclear weapons, cruise missiles, drones), environmental pollution, etc.

It is necessary to take both sides into account when developing practical steps to create a digital economy. It is unconditional that the creation of a digital economy brings with it negative consequences and risks, which are already clearly visible today. Robotization improves the quality of products, excluding the human factor, but at the same time there is a danger of failure, hacker attack, virus. The psychological problems of digital transformation are associated with the transition from the virtual world to the real one and vice versa. The danger is the return from the fabulous, beautiful and harmonious virtual world, in which everything is fine and sunny for a person, to the real world, in which a person is faced with many unsolvable problems, the lawlessness of an official, injustice, instability, etc. The new world

based on digital technologies changes the personality of a person, lays new principles in ethics, morality and the system of values. With the development of digitalization – the digitization of the human environment – the individual behavior of a person will be digitized, which will change his psyche. Digitizing behavior can trigger a split personality. As a result, the following can occur: alienation of a person from his inner world, deformation of a person's personality, narrowing of the freedom to form his own personality, segregation of people – discrimination of certain social groups and ethnic groups based on their identity, which can result in the polarization of human communities.

The widespread introduction of digital technologies into social and economic life gives rise to the problem of preserving the moral and ethical values of a person, his readiness to accept these changes and adapt to them. Already today, society is faced with the problem of manipulating the subconscious of a person by individuals, individual groups and the authorities. The increasing interweaving of the physical world with the digital one gives the power, a small hierarchically structured group of people, the ability to monitor, control and channel the behavior of the masses. The reverse process is also possible. New technologies give people, civil society the opportunity to influence the political life of the state.

In this sense, ensuring information and economic security is a prerequisite for creating a digital economy that needs protection from hacker attacks, hacks and viruses. The digitization of the entire system of human life and society generates, simultaneously with progress, the following consequences: an increase in unemployment, further polarization of society and increased inequality, cyber security problems, Internet fraud, the introduction of viruses, an increase in hacking, a new round of cybercrime, terrorism and organized crime.

In addition, the development of the digital economy carries such threats in certain industries and fields of activity. For example, in the industry of organizational group tourism – in the form of further development of independent travel organization based on on-line platforms; auto insurance – due to the further spread of the use of self-driving cars; financial consulting – through the introduction of robotic consultants; the system of service and repair of diesel and gasoline vehicles, which are replacing electric vehicles.

The digital economy is a powerful instrument of power that, together with private ownership of digital technologies, can be used up to the establishment of a dictatorship. Therefore, the main directions of strengthening cybersecurity in the process of creating a digital economy, in our opinion, are the installation of domestic anti-virus programs and the ousting of foreign hardware and

software and the use of domestic hardware and software.

The digital economy is fundamentally changing the nature of crime and terrorism, giving rise to new threats on a global scale, allowing you to attack objects remotely from anywhere in the world. The scale of computer crime in the banking and financial sphere and in the area of violation of constitutional human and civil rights and freedoms, including inviolability of private life, personal and family secrets, is growing significantly. In addition, private information is hacked (unauthorized penetration into it), the scale and number of coordinated computer attacks on financial, economic and military strategic facilities are growing.

Such unlawful actions can be resisted only by the combined efforts of all countries, by creating a global security architecture, including the introduction of uniform methods and rules for combating cybercrime, developing partnerships, maintaining constant contacts and cooperation.

Digital technologies make national economies vulnerable both from hackers and from transnational corporations and states. There is a possibility of hostile information and technical impact on the infrastructure of the economy for political, economic and military purposes. Recently, the activity of technical intelligence and special services of individual states in the field of information and psychological impact on the destabilization of the financial and economic situation in various regions of the world has been increasing, which violates the sovereignty and territorial integrity of other states.

In this regard, ensuring information security in Ukraine requires: to treat the domestic labor resources with care; create better living conditions for programmers in comparison with foreign ones; develop and implement effective competitive electronic technologies; pay attention to the problem of staffing (training people on the use of digital technologies); engage in the organization of permanent scientific research that contributes to the creation of promising digital technologies; solve the problems of ensuring cryptographic (digital) sovereignty; ensure the development of digital information infrastructure.

From the point of view of national interests, information security in the process of creating a digital economy involves:

- innovative development of the electronic industry and information technology;
- elimination of the dependence of the domestic economy on foreign information technologies and information security means;
- creation, development and mass introduction of domestic developments; - provision of services based on domestic developments;
- creating competitive advantages for domestic companies: a) in the field of information technology and electronic industry, b) in the

development, production and operation of information security tools;

- development of a domestic progressive electronic component base and production of electronic components to meet the demand of the domestic market with access to the world market.

And finally, ensuring information security in the field of science, technology and education needs:

- in financing the basic sciences;
- freedom of scientific creativity without censorship and other restrictions;
- development of scientific and technical potential in the field of information security;
- creation and implementation of effective and resistant to external influences of information technologies.

Conclusion. Thus, the transition to digital format is a challenge not only for all sectors of the economy, not only in Ukraine but also around the world. Digital conversions are a challenge. Countries that have reached the highest level of digital maturity have had to deal with complex cultural,

organizational, and technical challenges, and only taking all these factors into account has made these transformations successful. In order to become digital leaders in specific areas of the economy today, it is necessary to identify priority digital projects that are implemented by specific organizational teams. As for Ukraine, given the current state of the economy, global development trends, the availability of human potential and resources, as well as fundamental changes in the international labor market, we can conclude that today the priority path of development should be the transition of all sectors of the Ukrainian economy to digital format. with an emphasis on maximum investment in the development of digital infrastructures, innovations and modern technologies. Today, Ukraine has a unique opportunity to make a "digital leap" in the main sectors of the economy. The development of digital infrastructure will guarantee new jobs, which will help reduce unemployment. Timely transition and mass digitalization will help to integrate into the global trend. Otherwise, there is a threat of remaining on the sidelines of global development.

#### ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ

**Довгаль Олена Андріївна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, майданСвободи, 4, м. Харків, 61022, Україна, E-mail: e.dovgal@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3219-9731>, ScopusAuthorID: 57217603375.

**Довгаль Георгій Володимирович**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна, майданСвободи, 4, м. Харків, 61022, Україна, E-mail: g.dovgal@karazin.ua, ORCID: 0000-0002-0644-1793.

**Іщенко Марія Олександрівна**, старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна, майданСвободи, 4, м. Харків, 61022, Україна, E-mail: lazarchuk@karazin.ua

Сьогодні в одних країнах відбувається більше, а в інших – менш ефективна цифрова трансформація в напрямку впровадження та використання сучасних цифрових технологій у галузі матеріального та нематеріального виробництва. Її метою є підвищення продуктивності та конкурентоспроможності підприємств, а також національної економіки в цілому. Предметом дослідження статті є процес створення та розвитку цифрової економіки. Саме він у майбутньому повинен вивести матеріальне виробництво на новий рівень та забезпечити вирішення проблем міжнародної конкурентоспроможності вітчизняного виробництва та національної безпеки України. Метою статті є дослідження перспективи інноваційного розвитку України в контексті цифровізації економіки, а також пов'язані з цим можливості та загрози для української економіки. Застосовуються загальнонаукові методи, такі як системний аналіз, синтез та абстрактно-логічний аналіз для дослідження сутності цифрової економіки, що створює умови для ефективного виробництва матеріальних благ, зумовлює прогрес у всіх сферах національної економіки. Отримані наступні результати: у сучасному розумінні цифрова економіка – це інфраструктура господарської діяльності, заснована на інформаційних та комп'ютерних цифрових технологіях, кіберфізичних системах, штучному інтелекті. Це процес диктує власні правила подальшого розвитку матеріального виробництва, управління та регулювання, системи суспільних відносин, правової системи та суспільства в цілому. Висновки: серед основних завдань національної програми створення цифрової економіки в рамках світового цифрового простору, що формується, слід виділити цифровізацію галузей матеріального виробництва, сфери послуг та загалом усього соціально-економічного та суспільного життя суспільства, а також забезпечення ефективної участі країни в усіх процесах формування глобальної екосистеми цифрової економіки та глобального цифрового простору. Саме сьогодні Україна має унікальну можливість зробити «цифровий стрибок» у головних сферах економіки. Розвиток цифрової інфраструктури гарантуватиме нові робочі місця, що сприятиме зниженню безробіття. Саме своєчасний перехід і масова діджиталізація допоможуть Україні інтегруватися в загальносвітовий тренд.

**Ключові слова:** промисловість 4.0, цифрова економіка, глобальний цифровий простір, цифрові технології, штучний інтелект, кібербезпека.

### ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ: ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ

**Довгаль Елена Андреевна**, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры международных экономических отношений имени Артура Голикова Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 4, г. Харьков, 61022, Украина, e-mail: e.dovgal@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3219-9731>, ScopusAuthorID: 57217603375.

**Довгаль Георгий Владимирович**, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туристического бизнеса и страноведения Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 4, г. Харьков, 61022, Украина; e-mail: g.dovgal@karazin.ua, ORCID: 0000-0002-0644-1793.

**Ищенко Мария Александровна**, старший преподаватель кафедры международных экономических отношений имени Артура Голикова Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 4, г. Харьков, 61022, Украина, E-mail: lazarchuk@karazin.ua

Сегодня в одних странах происходит более, а в других - менее эффективная цифровая трансформация в направлении внедрения и использования современных цифровых технологий в области материального и нематериального производства. Ее целью является повышение производительности и конкурентоспособности предприятий, а также национальной экономики в целом. Предметом исследования статьи является процесс создания и развития цифровой экономики. Именно он в будущем должен вывести материальное производство на новый уровень и обеспечить решение проблем международной конкурентоспособности отечественного производства и национальной безопасности Украины. Целью статьи является исследование перспективы инновационного развития Украины в контексте цифровизации экономики, а также связанные с этим возможности и угрозы для украинской экономики. Применяются общенаучные методы, такие как системный анализ, синтез и абстрактно-логический анализ для исследования сущности цифровой экономики, которая создает условия для эффективного производства материальных благ, предопределяет прогресс во всех сферах национальной экономики. Получены следующие результаты: в современном понимании цифровая экономика - это инфраструктура хозяйственной деятельности, основанная на информационных и компьютерных цифровых технологиях, киберфизических системах, искусственном интеллекте. Этот процесс диктует свои правила дальнейшего развития материального производства, управления и регулирования, системы общественных отношений, правовой системы и общества в целом. Выводы: среди основных задач национальной программы создания цифровой экономики в рамках формирующегося мирового цифрового пространства следует выделить цифровизацию отраслей материального производства, сферы услуг и в целом всей социально-экономической и общественной жизни общества, а также обеспечение эффективного участия страны во всех процессах формирования глобальной экосистемы цифровой экономики и глобального цифрового пространства. Именно сегодня Украина имеет уникальную возможность сделать «цифровой скачок» в основных сферах экономики. Развитие цифровой инфраструктуры будет гарантировать новые рабочие места, способствовать снижению безработицы. Именно своевременный переход и массовая диджитализация помогут Украине интегрироваться в общемировой тренд.

**Ключевые слова:** промышленность 4.0, цифровая экономика, глобальное цифровое пространство, цифровые технологии, искусственный интелект, кибербезопасность.

---

### Література

1. Рейтинг инновационных экономик – 2019: Южная Корея лидирует шесть лет. URL: <https://theworldonly.org/rejting-innovatsionnyh-ekonomik-2019/>.
2. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. Центр Разумкова, 2020. URL: [https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020\\_digitalization.pdf](https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf)
3. Dovgal O., Dovgal G. Industry 4.0: new opportunities and new challenges. Theory, science and practice. Abstracts of *III International Scientific and Practical Conference*. Tokyo, Japan 2020. Pp. 13-16. DOI: 10.46299/ISG.2020.II.III. URL: <https://isg-konf.com/uk/theory-science-and-practice-ua/>
4. Kasianova N., Kendiukhov O., Kochubei O., Oliinyk Y., Sokhatska O., Zhukova Yu., Digital Transformation as an Attractor of Ukraine's Economic Development, *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*, 11(7), 2020, pp. 340-349. <https://doi.org/10.34218/IJARET.11.7.2020.034>

5. Zarubei V., Kuybida V., Kozhyna A., Vdovichena L., Varenia N., Modeling and Technology of Public Administration of Socio-Economic Security for Digitalization, *International Journal of Management (IJM)*, 11 (3), 2020, pp. 143–154. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.3.2020.016>
6. Heeks R. Digital Economy Policy Strategy Brief. Centre for Development Informatics Global Development Institute, SEED University of Manchester, Arthur Lewis Building, Manchester, 2018, M13 9PL, UK. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11124.09602>.
7. Niebel T. ICT and Economic Growth: Comparing Developing, Emerging and Developed Countries. *World Development*, Volume 104, April 2018, Pp. 197-211. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.11.024>
8. Zhou Z., Xie S., Chen D. Fundamentals of Digital Manufacturing Science. London: Springer-Verlag London Limited. 2017. <https://doi.org/10.1007/978-0-85729-564-4>
9. Dovgal O., Makhova L. Development of the theory of innovations in the context of the new industrial revolution. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна, серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2020. № 11. С. 62-68. <https://doi.org/10.26565/2310H9513H2020H11H07>
10. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution. What It Means and How to Respond. *Foreign Affairs*, 12 Dec 2015. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution>.
11. Statistics. Official site of the International union of telecommunication (MSE, English International Telecommunication Union, ITU). URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
12. Розвиток електронних послуг. *Урядовий портал*: веб-сайт. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/diyalnist/reformi/efektivne-vryaduvannya/rozvitok-elektronnih-poslug>.
13. Цифрова економіка України: час діяти настав. URL: <https://issuu.com/mineconomdev/docs/>.
14. Exploring Universal Basic Income : A Guide to Navigating Concepts, Evidence, and Practices, The World Bank. February 4, 2020. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/socialprotection/publication/exploring-universal-basic-income-a-guide-to-navigating-concepts-evidence-and-practices>.
15. Measuring the Digital Economy. The 5th IMF Statistical Forum Session II: Framing the Conceptual Issue Discussion by Vitor Gaspar, Director, Fiscal Affairs Department, IMF. International Monetary Fund, 16 Nov 2017. URL: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2017/11/16/sp111617-measuring-the-digital-economy>.
16. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації». *Урядовий портал*: веб-сайт. 17.01.2018. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/pro-shvalennya-konceptsiyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi>.

## References

1. Rejtyng innovacyonnyh ekonomik – 2019: Juzhnaja Koreja ledyruet shestj let [Innovation Economy Ranking 2019: South Korea leads six years]. URL: <https://theworldonly.org/rejting-innovatsionnyh-ekonomik-2019/>.
2. Cyfrova ekonomika: trendy, ryzyky ta sotsialni determinanty. (2020). Tsentr Razumkova. [Digital economy: trends, risks and social determinants]. URL: [https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020\\_digitalization.pdf](https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf)
3. Dovgal O., Dovgal G. (2020). Industry4.0: new opportunities and new challenges. Theory, science and practice. Abstracts of *III International Scientific and Practical Conference*. Tokyo, Japan. Pp. 13-16. URL: <https://isg-konf.com/uk/theory-science-and-practice-ua/>
4. Kasianova N., Kendiukhov O., Kochubei O., Oliynyk Y., Sokhatska O., Zhukova Yu. (2020) / Digital Transformation as an Attractor of Ukraine's Economic Development, *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*, 11(7), pp. 340-349. <https://doi.org/10.34218/IJARET.11.7.2020.034>
5. Zarubei V., Kuybida V., Kozhyna A., Vdovichena L., Varenia N. (2020). Modeling and Technology of Public Administration of Socio-Economic Security for Digitalization, *International Journal of Management (IJM)*, 11 (3), pp. 143–154. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.3.2020.016>
6. Heeks R. (2018). Digital Economy Policy Strategy Brief. Centre for Development Informatics Global Development Institute, SEED University of Manchester, Arthur Lewis Building, Manchester, M13 9PL, UK. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11124.09602>

7. Niebel T. (2018). ICT and Economic Growth: Comparing Developing, Emerging and Developed Countries. *World Development*, Volume 104, April 2018, Pages 197-211. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.11.024>
8. Zhou Z., Xie S., Chen D. (2017). *Fundamentals of Digital Manufacturing Science*. London: Springer-Verlag London Limited. <https://doi.org/10.1007/978-0-85729-564-4>
9. Dovgal O., Makhova L. (2020). Development of the theory of innovations in the context of the new industrial revolution. *Visnyk KhNU imeni V.N. Karazina, seriya «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm»*. № 11. С. 62-68. [The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series "International Relations. Economics. Country Studies. Tourism"]. <https://doi.org/10.26565/2310H9513H2020H11H07/>
10. Schwab K. (2015). The Fourth Industrial Revolution. What It Means and How to Respond. *Foreign Affairs*. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution>.
11. Statistics. Official site of the International union of telecommunication (MSE, English International Telecommunication Union, ITU). URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
12. Rozvytok elektronnyh poslug [Development of electronic services]. *Urjadovyy portal*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/diyalnist/reformi/efektivne-vryaduvannya/rozvitok-elektronnih-poslug>.
13. Cyfrova ekonomika Ukrainy: chas dijaty nastav [Digital economy of Ukraine: time to act has come]. URL: <https://issuu.com/mineconomdev/docs/>.
14. Exploring Universal Basic Income : A Guide to Navigating Concepts, Evidence, and Practices, The World Bank. February 4, 2020. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/socialprotection/publication/exploring-universal-basic-income-a-guide-to-navigating-concepts-evidence-and-practices>.
15. Measuring the Digital Economy. The 5th IMF Statistical Forum Session II: Framing the Conceptual Issue Discussion by Vitor Gaspar, Director, Fiscal Affairs Department, IMF. International Monetary Fund, 16 Nov 2017. URL: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2017/11/16/sp111617-measuring-the-digital-economy>.
16. Rozporjadzhennja Kabinetu Ministriv Ukrainy «Pro skhvalennja Konceptiji rozvytku cyfrovoji ekonomiky ta suspiljstva Ukrainy na 2018-2020 roky ta zatverdzhennja planu zakhodiv shhodo jiji realizaciji» [Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On Approval of the Concept for the Development of the Digital Economy and Society of Ukraine for 2018-2020 and Approval of the Action Plan for its Implementation"]. *Urjadovyy portal: website*. 17.01.2018. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-koncepciyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-pla-nu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi>.

Статтю отримано 8 квітня 2021 р.



## COMPETITIVENESS OF DAIRY INDUSTRY PRODUCTS OF UKRAINE: CURRENT STATE AND PROSPECTS\*

**Mariia Ishchenko**

senior lecturer

Arthur Golikov International Economic Relations Department

V.N. Karazin Kharkiv National University

Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022

e-mail: lazarchuk@karazin.ua

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4275-9579>

**Danylo Honchar**

student

Arthur Golikov International Economic Relations Department,

V.N. Karazin Kharkiv National University

Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022

e-mail: gonchar.danylo@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4292-6322>

The article considers the current state, trends and problems of development of the dairy industry of Ukraine in modern conditions. The subject of the research in the article is the competitiveness of Ukrainian dairy products in global markets. The goal is an identification of comparative advantages of the dairy industry of Ukraine and identified prospects for its further development. The purpose of the article is to find out the current state and dynamics of production, world prices, demand, exports of dairy products in Ukraine and the world, to determine the comparative advantages of Ukraine in the dairy industry based on the calculation of the Balass index, to review the environmental aspect of the industry. General scientific used research methods: system analysis – to determine the competitiveness of the dairy industry of Ukraine; historical method – to track trends in the global and Ukrainian dairy market; correlation analysis – to determine the interaction of price relations in the domestic market, statistical method – to reflect quantitative indicators, etc. The following results were obtained: based on the study revealed trends in reducing production and exports of dairy products, identified comparative advantages of the dairy industry of Ukraine in a larger regional territory of European markets and proposed ways of further development in accordance with current challenges in the world. Conclusions: the Ukrainian dairy industry is able to compete in world commodity markets, promising areas for export expansion may be Kazakhstan, Moldova, Kyrgyzstan, the Middle East. Given the overall reduction in the capacity of the dairy industry in Ukraine, producers propose to focus on intensifying production and implementing new technologies, taking into account the environmental component.

**Key words:** dairy industry, export, competitiveness, milk production, dairy industry, comparative advantages, environment.

**Formulation of the problem.** The dairy industry is one of the leading sectors of the national economy, which provides the population with food. It began to develop in ancient times, and still demand for dairy products is growing, primarily due to population growth.

For Ukraine, dairy production has been a traditionally developed sector, but in recent years total production has been steadily declining, dairy prices were constantly rising, and it's getting harder and harder to export them. That is why we find it necessary to study current situation on the dairy market in Ukraine and determine the prospects for its further development.

**Analysis of recent research and publications.** The study of the functioning of the dairy market in Ukraine and other countries is devoted to the work of many authors. In particular, V. Dzhedzhula, I.Yepifanova and M. Dziubko analyse the efficiency of milk production and conclude on the need to diversify and increase of production which should make studied enterprise more competitive [3]. T. Mostenska emphasized that competitiveness of dairy products is directly depends on the prices and level of income in the country. It was stated that government should care not only about the stability of prices, but look into social sphere [7].

\* **Cite as:** Ishchenko M., Honchar, D. (2021). Competitiveness of Dairy Industry Products of Ukraine: Current State and Prospects, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 89-98. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-09>

N. Skopenko and A. Bovkun analyze Ukrainian dairy market and find that dairy industry has no homogeneous dynamic. Production of milk is constantly falls, but e.g. sour milk and ice cream have recovered last years [8].

Yu. Tarasova proposes to unite small producers in cooperatives and emphasizes the necessity for a state support for the industry [10]. Khvorost T. V. is confident that Ukraine should find new prospective markets and use modern foreign technologies to stay competitive on the global market [11]. Cherednichenko and O. Pashchenko propose several points, in particular optimization of farms and processing industry relations, improvement of the price mechanism formation of the dairy market and improvement of quality and range of dairy products [12].

F. Frick and J. Sauer study dairy market in Germany. They hypothesize that both extreme output price levels and market deregulation fostered efficient reallocation of production resources, but it wasn't confirmed in the result of the research [17].

L. Pronko and T. Kolesnik highlight the need of improving the qualifications of specialists of the

industry, including an education system that will ensure the stability and reliability of production [19]. O. Varchenko and V. Radko emphasize a system of quality management and product safety should be established [23].

**The purpose of the article** is to identify the comparative advantages of the dairy industry of Ukraine and identify prospects for its further development, considering the environmental aspect of the issue.

**Research results.** As it is known, the dairy industry includes enterprises for the production of butter, whole milk products, canned milk, milk powder, cheese, brynza cheese, ice cream, casein and other dairy products [9].

According to FAO, the largest dairy producer in the world today is India, followed by the United States, Brazil, Pakistan and China [16].

To review the dynamics of world prices for dairy products, we use the food price index, which is calculated by the Food and Agriculture Organization of the United Nations (Fig. 1). The index consists of 5 sub-indices – dairy products, vegetable oils, cereals, meat and sugar, issues with recalculation are updated monthly.

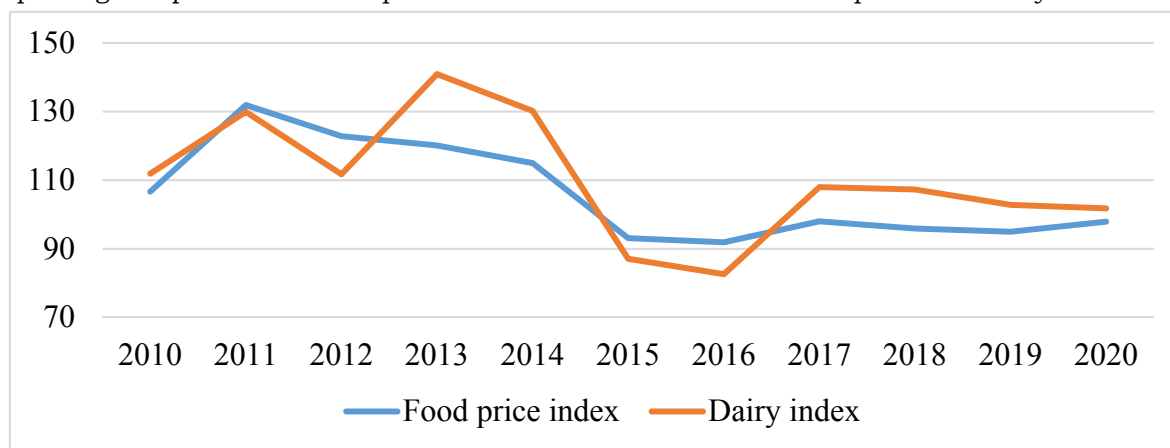


Fig. 1. Index of food and dairy products prices (2010-2020) [6]

According to the Food and Agriculture Organization, milk prices have fluctuated somewhat over the past decade. 2015-2016 were exceptional as a result of the global crisis, after which demand began to recover. Even in the special year 2020, this product remained one of the main products on world markets, despite the fact that milk prices are consistently high. This situation is explained by stable demand, as milk is one of the main products used in various sectors of the food industry, and its indispensability in human nutrition.

To verify the assertion of a consistently high world demand we consider the dynamics of dairy exports to the largest regions (Europe, Asia, Africa and America) (Fig. 2).

From this graph we can see that dairy exports are growing except in Africa. Production and exports to European countries are projected to be

high. The African market is focused primarily on meeting their own demand, and the American market is developing less dynamically due to imports of cheaper dairy products from Asia. It can be assumed that the center of production and, as a result, the export center will soon move to Asia, because European countries are actively concerned with environmental issues. And the dairy industry is polluting the environment [5], which is why Europe is likely to start reducing its own production in the near future and, as a result, will be forced to import dairy products.

In Ukraine, the actual milk production is much lower than the required consumption, which affects the quality of food. The increase in milk production is constrained by the low profitability and the fact that the majority of the population of Ukraine cannot buy the required amount of dairy products due to its high cost.

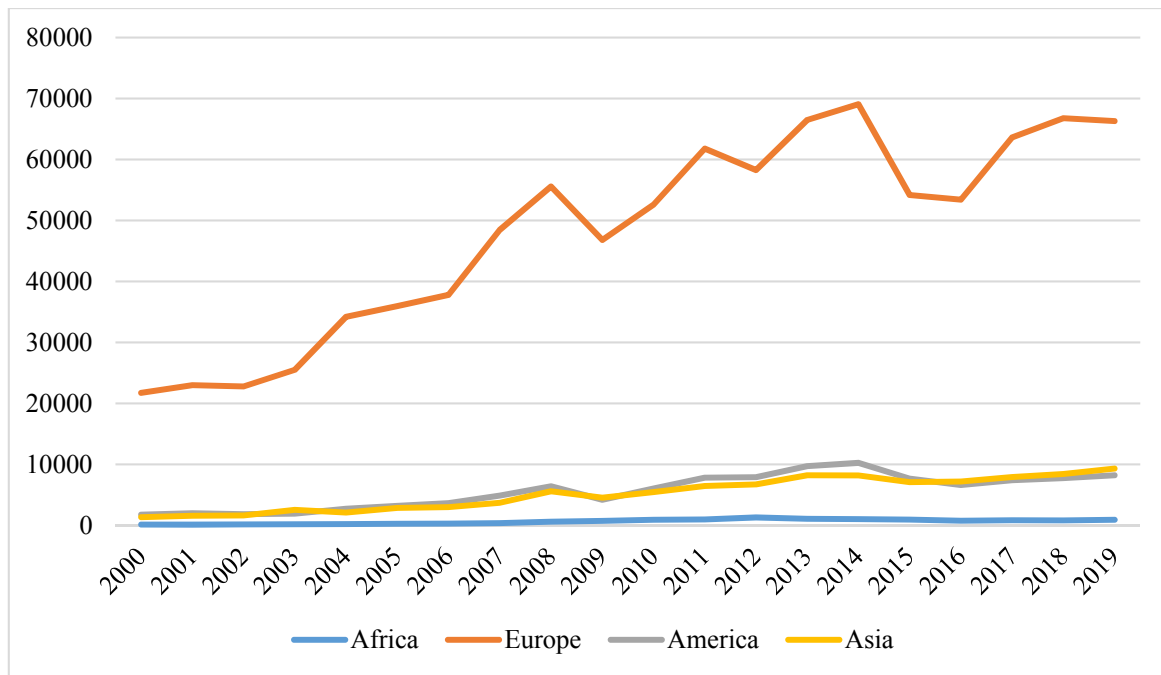


Fig. 2. Exports of dairy products (million US dollars) [16]

Meanwhile, according to the State Statistics Service, in Ukraine since 2016, exports of dairy products are constantly growing (Fig. 3), while livestock is declining. Cheese production remains virtually unchanged due to low profitability. The

growth of dairy exports can be explained by the fact that Ukrainian producers have followed the path of intensifying production. First of all, genetic engineering is used, although the quality of feed also contributes to the quantitative increase in milk yield.

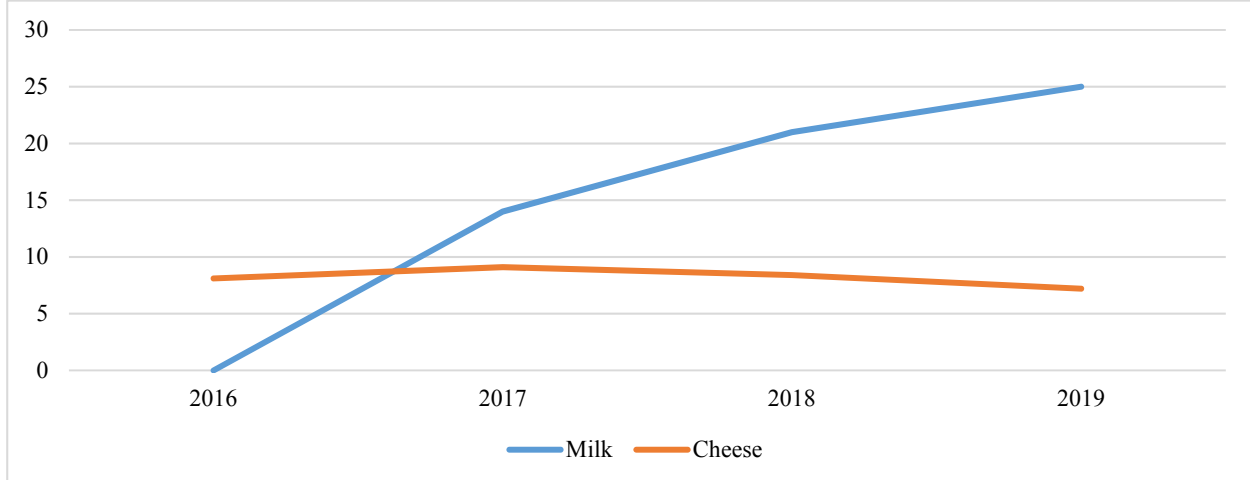


Fig. 3. Export of milk and cheese from Ukraine 2016-2019, thousand tons [2]

Despite the fact that Ukraine has chosen crop production as its main specialization, animal husbandry in our country is focused primarily on dairy cattle. In our opinion, this is due to tough competition with European meat products (including Polish). Cheese production is mostly focused on covering domestic demand, which is currently being met, including due to imports [20]. The signed free trade agreement with the EU has made the Ukrainian cheese market unprotected, but the positive point is the abolition of duties on some cheese [4]. In monetary amount, according to the OEC, in 2018

Ukraine exported cheese worth 25.8 million US dollars. The largest consumers of Ukrainian cheese were Kazakhstan, Moldova, Egypt, Kyrgyzstan [18].

We consider it necessary to note that according to 2018, cheese exports increased compared to 2017, but the analysis of a longer period of time shows a sharp decrease in cheese exports – almost 10 times (Fig. 4). This situation is explained, first of all, by the devaluation of the Ukrainian currency against the dollar in 2014 and the contraction of markets after the severance of relations with Russia.

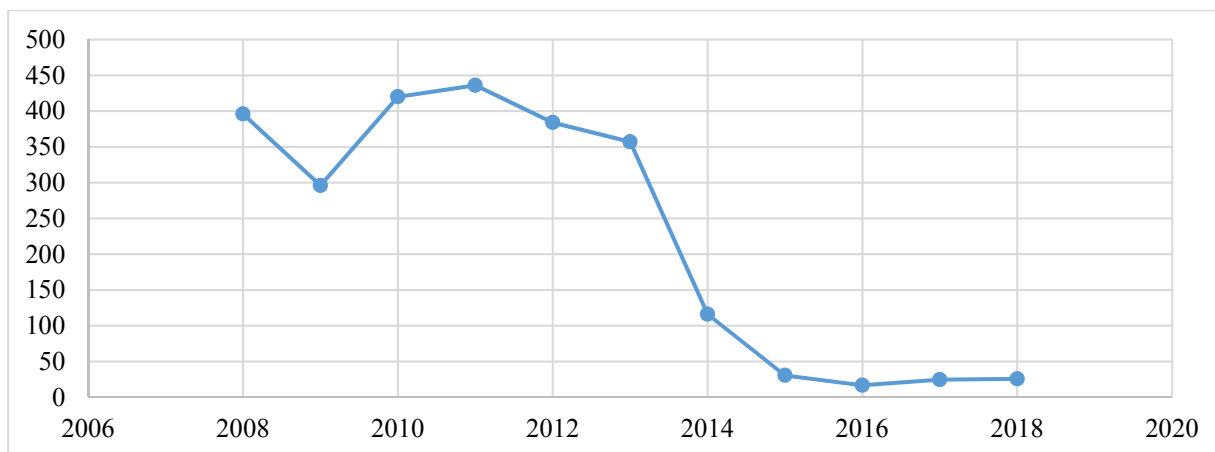


Fig. 4. Export of cheese (million US dollars) [20]

To identify the comparative advantages of markets of the world, the Balassa index was calculated (Table 1).  
Ukraine in the dairy industry in the main regional

Table 1

**Calculation of the Balassa index for the dairy industry of Ukraine**

Year	Region/Balassa index				
	Africa	Europe	America	Asia	World
2013	2,481512142	0,490953705	1,453909061	4,1908872	0,297066829
2014	4,460172872	0,845738682	2,509126949	7,609781844	0,516379642
2015	3,26251484	0,89781076	7,005995605	3,134889717	1,826567094
2016	2,760146663	0,669576435	2,403983717	5,302170635	0,406444708
2017	3,478983763	0,709932982	2,673024161	6,144826087	0,447853994
2018	2,575084229	0,474277472	1,749675857	4,005512614	0,967924987
2019	1,836931559	0,384874468	1,355208934	2,924930603	0,236831128

Developed by the authors based on materials: [1, 2, 9, 14, 16, 21]

As we can see, the Ukrainian dairy industry has relative comparative advantages on world markets. We have the greatest advantages over Asian countries, which is due primarily to the radically

different specialization of Asian countries. In general, Ukraine is able to compete in most regional markets, except for the European one. After all, it is Europe that remains the world's "hegemon" in dairy exports.

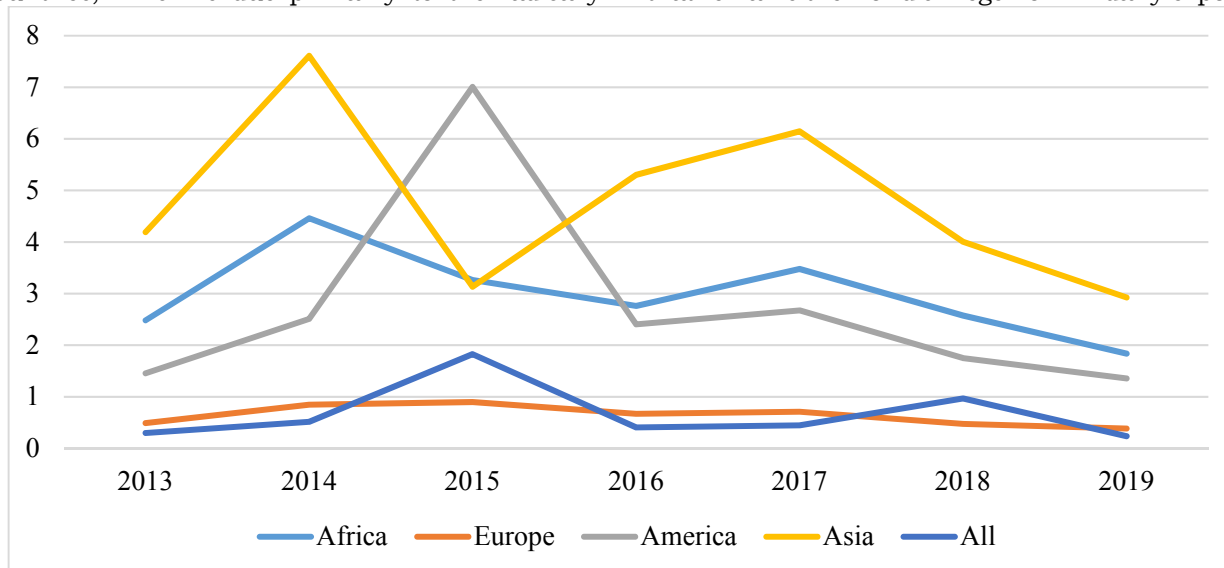


Fig. 5. Comparison of indicators of competitiveness of the dairy industry of Ukraine, Balassa index [1, 2, 9, 12, 15, 16]

From the dynamic built on the basis of the received calculations (table 1) it is clear that Ukraine loses competitive advantages in export

of dairy products. In our opinion, the situation can be improved by intensification through the renewal of the main dairy breeds in Ukraine to

more modern and productive ones, and as a result the production volumes will be increased.

As mentioned above, in recent years, the livestock that provides raw materials to the dairy industry of Ukraine is constantly declining (Fig. 6).

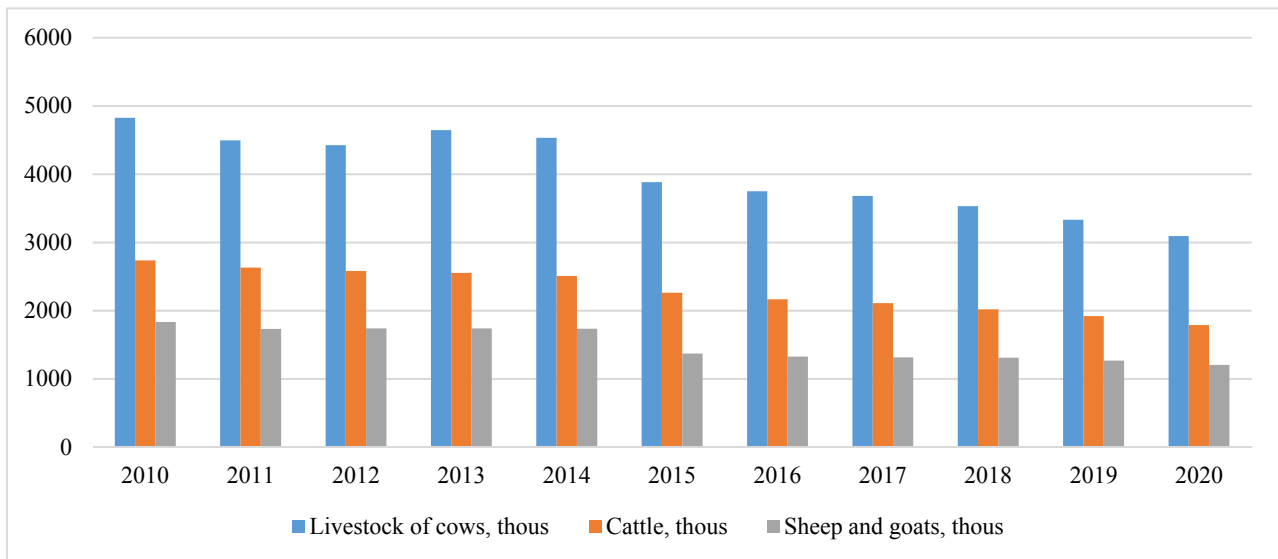


Fig. 6. Livestock in Ukraine [2]

This trend shows that the livestock is declining every year, with the percentage of cattle suffering the most, and the number of sheep and goats is also declining, but at a slow pace. Periods of reduction in the number of sheep and goats were replaced by periods of recovery. For example, between 2007 and 2011, the population increased by 200,000, and during 2011-2014 it remained at the same level. The recession in 2015-2020 is not critical, but due to the crisis related to the spread of coronavirus disease, rising feed prices and lack of government support for the industry, recovery in the coming years is questionable.

The reduction in livestock has directly affected the Ukrainian dairy market. In order to check its influence we can compare the dynamics of prices for dairy products (Fig. 7) with production volumes

(Fig. 8). It is true that such an analysis does not consider inflation, but the correlation between the two will help to understand how much the reduction in livestock affects the selling prices of enterprises.

We propose to conduct a correlation analysis to track the relationship between market prices and production volumes. The correlation coefficient is calculated by this formula:

$$r = \frac{\frac{1}{n} \times \sum |X - \bar{X}| \times |Y - \bar{Y}|}{\sigma_x \times \sigma_y} \quad (1),$$

where:

r – correlation coefficient;

n – number of periods (years);

$\sum |X - \bar{X}| \times |Y - \bar{Y}|$  – the sum of the central deviations;

$\sigma_x$  i  $\sigma_y$  – standard deviations.

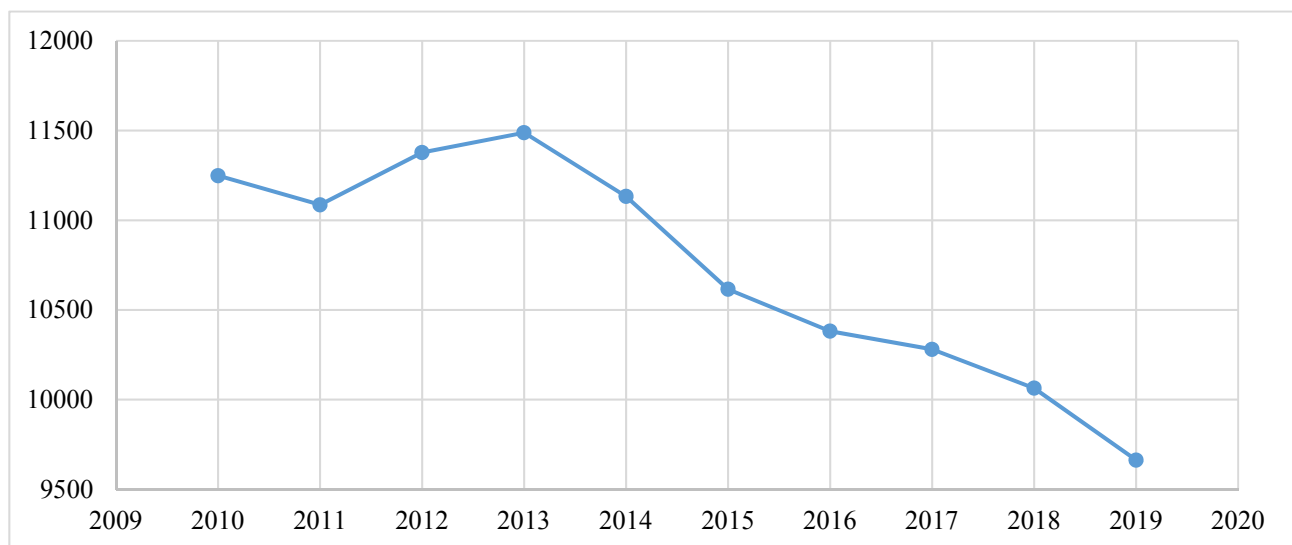


Fig. 7. Milk production, thousand tons [2]

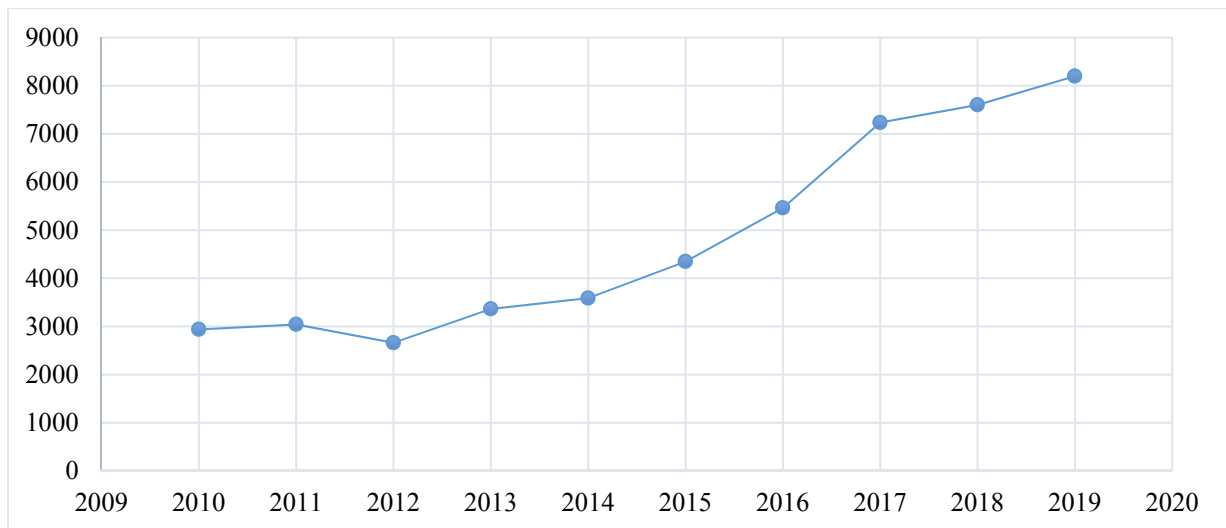


Fig. 8. Average price of milk sold by enterprises, UAH / ton [2]

Table 2

**Calculation of correlation**

Year	Milk, thousand tons	The average price of milk sold, UAH / ton by enterprises	$ X_i - \bar{X} $	$ Y_i - \bar{Y} $	$ X_i - \bar{X}  \times  Y_i - \bar{Y} $	$ X_i - X ^2$	$ Y_i - Y ^2$
2010	11248,5	-515	1905	-980643	264947	-515	3629635
2011	11086	-352	1802	-634810	124066	-352	3248141
2012	11377,6	-644	2182	-1404618	414517	-644	4759640
2013	11488,2	-754	1480	-1116451	569165	-754	2189986
2014	11132,8	-399	1255	-500966	159225	-399	1576180
2015	10615,4	118	497	58778	14011	118	246572
2016	10381,5	352	-618	-217682	124094	352	381850
2017	10280,5	453	-2390	-1083379	205454	453	5712769
2018	10064	670	-2759	-1847587	448592	670	7609543
2019	9663,2	1071	-3354	-3591056	1146120	1071	11251597

Developed by the authors based on materials: [2].

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum |X_i - \bar{X}|^2}{10}} = \sqrt{\frac{3470190,8610}{10}} = 589,0832591$$

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum |Y_i - \bar{Y}|^2}{10}} = \sqrt{\frac{40605912,1840}{10}} = 2015,090871$$

$$r = \frac{\frac{1}{n} \times \sum |X - \bar{X}| \times |Y - \bar{Y}|}{\sigma_x \times \sigma_y} = \frac{\frac{1}{10} \times (-11318413,9720)}{589,0832591 \times 2015,090871} = -0,953485862$$

After conducting a correlation analysis, we found that the price depends entirely on the volume of production, although it could be assumed that a decrease in volume would increase both the quality and, consequently, the price. However, a negative, very high (-95.4%) correlation coefficient was obtained. This means that the increase in the price of dairy products is directly related to the reduction in the number of livestock, and, as a consequence, the reduction in milk

production [22, 23]. Therefore, the intensification of production and increase in the number of livestock will reduce the price and, as a consequence, increase the competitiveness of Ukrainian dairy products on world markets.

However, the environmental aspect of the issue needs to be considered, as the dairy industry may become an accelerator of global warming. There is evidence that 1 cow emits about 4 liters of methane per day, so we can assume that the dairy industry in Ukraine in 2020 produced about 110 billion liters of methane. Although more cars with carbon dioxide emissions are now blamed for warming, methane is 20 times more dangerous [5].

Increasing labor intensity in the field of animal husbandry will also help to increase competitiveness. To do this, we compare the dynamics of labor productivity in crop production and animal husbandry and understand how viable and competitive animal husbandry is.

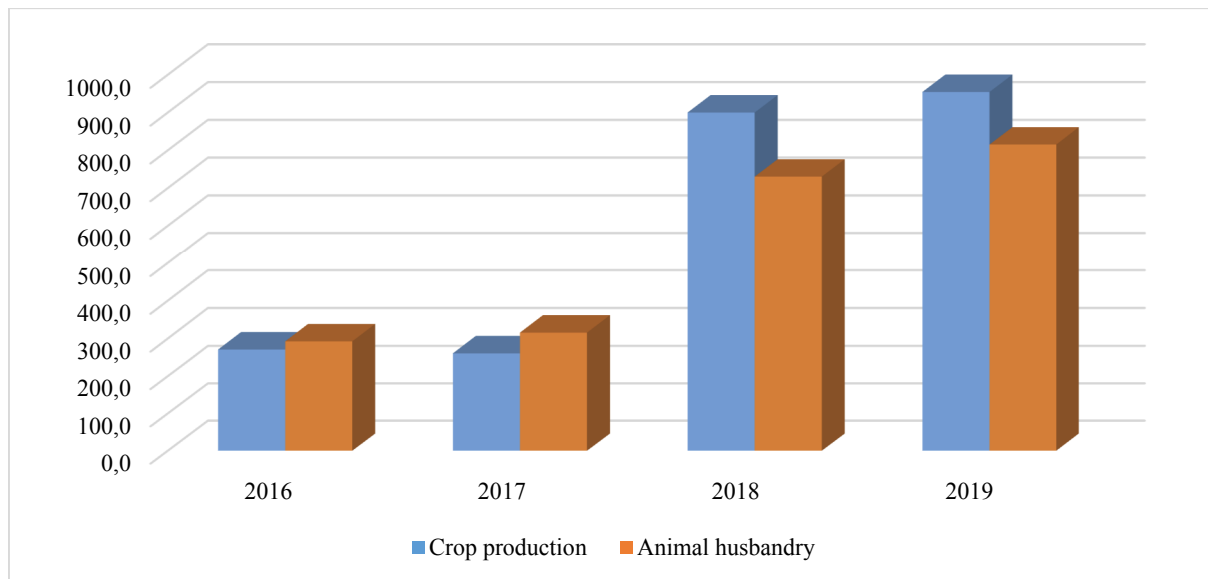


Fig. 9. Productivity, thousand UAH per employee [2]

This infographic shows that if earlier animal husbandry was more productive, then from 2018 the situation has changed. These indicators could be affected by rising grain prices in foreign markets and, as a consequence, rising prices for animal feed. The methodology of calculation of the State Statistics Service has also changed, because in 2016-17 the base year was 2010, and accordingly in 2018-19 - 2015.

The competitiveness of the national economy as a whole is affected not only by the quality of technology, demand for products in foreign and domestic markets, macroeconomic climate, but also effective government policy to support this industry. Legal regulation, government incentives, which are used in conjunction with the policy of “reasonable protectionism” facilitate the situation of the industry both within the country and ensure competitiveness when entering the foreign market. Thus, state support is declared in Article 16 of the Law of Ukraine “On Milk and Dairy Products” of 2004. In particular, this law provides for the support of selection work, as well as the provision of soft loans, grants and more. However, since 2010, the nature of subsidy policy has changed, which has directly affected the profitability of production.

#### Conclusions.

After conducting this study, it was found that the Ukrainian dairy industry is able to compete in world commodity markets. Global demand for

these products is projected to grow, which is why the focus on dairy products in domestic production and exports will allow Ukraine to increase competitiveness.

Prospects for the development of the industry we propose to increase exports to partner countries (Kazakhstan, Moldova, Kyrgyzstan, the Middle East), as Ukraine is able to compete in most regional markets, except Europe.

However, in the future the situation may change radically due to the environmental component of milk and dairy production. Therefore, Europe may begin to reduce its own production and will be forced to import dairy products.

Given the overall reduction in the capacity of the dairy industry in Ukraine, producers need to choose the path of the most effective development through the intensification of production and the introduction of new technologies. As Ukraine, like most European countries, strives for climate neutrality, the production of environmentally friendly products is the most important area.

As an alternative, we can offer the development of eco-farms – small farms with a well-established material and technical base, which would not pollute the environment. The main buyers of such products could be including EU countries. However, the selling price of dairy products may be too high for the domestic buyer.

### КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

**Іщенко Марія Олександрівна**, старший викладач, кафедра міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, пл. Свободи, 6, Харків, Україна, 61022. e-mail: lazarchuk@karazin.ua, ORCID: 0000-0003-4275-9579

**Гончар Данило Русланович**, студент, кафедра міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, пл. Свободи, 6, Харків, Україна, 61022, e-mail: gonchar.danylo@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4292-6322

В статті розглянуто сучасний стан, тенденції та проблеми розвитку молочної промисловості України в сучасних умовах. Предметом дослідження в статті є конкурентоспроможність української молочної продукції на глобальних ринках. Мета полягає у виявленні порівняльних переваг молочної промисловості України та визначенні перспектив для її подальшого розвитку. Завдання: дослідити сучасний стан і динаміку виробництва, світових цін, попиту, експорту молочної продукції в Україні та світі, визначити порівняльні переваги України в молочній галузі на основі розрахунку індексу Баласса, розглянути екологічну сторону розвитку галузі. У статті використовуються загальнонаукові методи: системний аналіз – для визначення конкурентоспроможності молочної промисловості України; історичний метод – для відстеження тенденцій світового та українського ринку молочної продукції; кореляційний аналіз – для визначення взаємозв'язку цін на внутрішньому ринку, статистичний метод – для відображення кількісних показників та ін. Отримані такі результати: на основі проведеного дослідження виявлені тенденції зниження обсягів виробництва та експорту молочної продукції, виявлені порівняльні переваги молочної галузі України на більшості регіональних ринків світу крім європейського та запропоновані шляхи подальшого розвитку галузі відповідно до сучасних викликів в глобалізованому світі. Висновки: українська молочна галузь здатна конкурувати на світових товарних ринках, перспективними напрямками розширення експорту може стати Казахстан, Молдова, Киргизстан, країни Близького Сходу. З огляду на загальне скорочення потужностей молочної галузі в Україні виробникам пропонується сконцентруватися на інтенсифікації виробництва і впровадження новітніх технологій, враховуючи екологічну складову.

**Ключові слова:** молочна промисловість, експорт, конкурентоспроможність, виробництво молока, молочна галузь, порівняльні переваги, екологія.

### **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**Ищенко Мария Александровна**, старший преподаватель, кафедра международных экономических отношений имени Артура Голикова Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, Харьков, Украина, 61022. e-mail: lazarchuk@karazin.ua, ORCID: 0000-0003-4275-9579

**Гончар Даниил Русланович**, студент, кафедра международных экономических отношений имени Артура Голикова Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, Харьков, Украина, 61022, e-mail: gonchar.danylo@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4292-6322

В статье рассматривается современное состояние, тенденции и проблемы развития молочной отрасли Украины в современных условиях. Предметом исследования в статье является конкурентоспособность украинской молочной продукции на мировых рынках. Цель состоит в выявлении сравнительных преимуществ молочной промышленности Украины и определении перспектив для ее дальнейшего развития. Задача: исследовать современное состояние и динамику производства, мировых цен, спроса, экспорта молочной продукции в Украине и мире, определить сравнительные преимущества Украины в молочной отрасли на основе расчета индекса Баласса, рассмотреть экологическую сторону развития отрасли. В статье используются общенаучные методы: системный анализ - для определения конкурентоспособности молочной промышленности Украины; исторический метод - для отслеживания тенденций мирового и украинского рынка молочной продукции; корреляционный анализ - для определения взаимосвязи цен на внутреннем рынке, статистический метод - для отражения количественных показателей и др. Были получены следующие результаты: на основе проведенного исследования выявлены снижения объемов производства и экспорта молочной продукции, выявлены сравнительные преимущества молочной отрасли Украины на большинстве региональных рынков мира кроме европейского и предложены пути дальнейшего развития отрасли в соответствии с современными вызовами в глобализованном мире. Выводы: украинская молочная отрасль способна конкурировать на мировых товарных рынках, перспективными направлениями расширения экспорта может стать Казахстан, Молдова, Кыргызстан, страны Ближнего Востока. Учитывая общее сокращение мощностей молочной отрасли в Украине, производителям предлагается сконцентрироваться на интенсификации производства и внедрении новейших технологий, учитывая экологическую составляющую.

**Ключевые слова:** молочная промышленность, экспорт, конкурентоспособность, производство молока, молочная отрасль, сравнительные преимущества, экология.

### **Література**

1. Аналітика та структура імпорту/експорту молочної продукції (за інформацією Національної асоціації молочників України «Укрмолпром»). 29 Міжнародна виставка «Обладнання та технології для харчової промисловості». URL: <https://inprod mash.ua/analitika-ta-struktura-importu-ekspo/> (дата звернення: 21.11.2020).

2. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 21.11.2020).



3. Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Дзюбко М. Ю. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств молочної галузі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. №11. С. 12-14. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/11\\_2018/4.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/11_2018/4.pdf) (дата звернення: 21.12.2020).
4. Експорт молока та молочних продуктів до ЄС: перші кроки. *Євроінтеграційний портал* : веб-сайт. URL: <http://eu-ua.org/eksport-yes/moloka-ta-molochnoi-produktsii> (дата звернення: 21.11.2020).
5. Защита климата: как заставить коров производить меньше метана. *DW* : веб-сайт. URL: <http://surl.li/ohwq> (дата звернення: 21.11.2020)
6. Индекс продовольственных цен ФАО. *Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций* : веб-сайт. URL: <http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/ru/> (дата звернення: 21.11.2020).
7. Мостенська Т. Л. Вплив ціни на конкурентоспроможність продукції на ринку молока / Т. Л. Мостенська, М. П. Сичевський. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2013. № 52. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht\\_2013\\_52\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2013_52_22). (дата звернення: 21.12.2020).
8. Скопенко Н. С., Бовкун А. О. Сучасний стан та тенденції розвитку молочної галузі України. *Продукты & Ингредиенты*. 2011. № 04. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/30309/1/dairy%20industry.pdf>. (дата звернення: 21.12.2020).
9. Статистика експорту молочної продукції. *УкрМолПром* : веб-сайт. URL: <http://www.ukrmolprom.kiev.ua/ua/> (дата звернення: 21.11.2020).
10. Тарасова Ю. А. Стан та перспективи розвитку молочної галузі України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2017. № 1. С. 149-156. - URL: [https://doi.org/10.33987/vsed.1\(62\).2017.149-156](https://doi.org/10.33987/vsed.1(62).2017.149-156) (дата звернення: 21.12.2020).
11. Хворост Т. В. Розвиток світового та національного ринку молочної продукції. *Ефективна економіка*. 2014. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3519> (дата звернення: 21.12.2020).
12. Чередніченко О, Пащенко О. Економічні аспекти виробництва та споживання молока й молочних продуктів *Agricultural and resource economics: international scientific e-journal*. 2018. Vol. 4. № 1. С. 162-173. URL: <https://doi.org/10.22004/ag.econ.270310> (дата звернення: 21.12.2020).
13. Alexandr Tarasevych. Dairy and products annual report. *USDA* : website. URL: [https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual\\_Kyiv\\_Ukraine\\_10-15-2020](https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual_Kyiv_Ukraine_10-15-2020) (дата звернення: 21.11.2020).
14. Babenko, V.A. Formation of economic-mathematical model for process dynamics of innovative technologies management at agroindustrial enterprises. *Actual Problems of Economics*, Vol. 139, Issue 1, 2013. Pp. 182-186.
15. Babenko, V. O. Modeling of factors influencing innovation activities of agricultural enterprises of Ukraine. *Scientific Bulletin of Polissia*, no. 1 (9), p. 2, 2017. Pp. 115-121. [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2\(10\)-115-121](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2(10)-115-121)
16. Gateway to dairy production and products. *Food and agricultural organisation of the UN* : website. URL: <http://www.fao.org/dairy-production-products/production/en/> (дата звернення: 21.11.2020).
17. Frick F., Sauer J. Deregulation and Productivity: Empirical Evidence on Dairy Production. *American Journal of Agricultural Economics*, vol. 100, is. 1, pp. 354–378. URL: <https://doi.org/10.1093/ajae/aax074> (дата звернення: 21.12.2020).
18. Merchandise: Intra-trade and extra-trade of country groups by product, annual. *UNCTADstat* : website. <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=24397> (дата звернення: 21.11.2020).
19. Pronko, L. , Kolesnik, T. , & Samborska, O. Ukraine Dairy Market: State and Prospects of Development. *European Journal of Sustainable Development*. Vo.9. no1. pp. 243-252. URL: <https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n1p243>(дата звернення: 21.12.2020).
20. Shorikov, A.F., Babenko, V.A. Optimization of assured result in dynamical model of management of innovation process in the enterprise of agricultural production complex. *Economy of Region*, Issue 1, 2014. Pp. 196-202. <http://dx.doi.org/10.17059/2014-1-18>
21. Ukraine: Dairy Sector. Clal : website. [https://www.clal.it/en/?section=stat\\_ucraina](https://www.clal.it/en/?section=stat_ucraina) (дата звернення: 21.11.2020).
22. Ukraine: profile. *ОЕС* : website. URL: <https://oec.world/en/profile/country/ukr?depthSelector1=HS4Depth&yearSelector1=exportGrowthYear24> (дата звернення: 21.11.2020).
23. Varchenko O., Radko V., Rudych O., Svyynous I., Tkachenko, K. Risks of dairy farming in Ukraine and ways of their minimization and neutralization. *Agricultural Science and Practice*. no. 6(1). pp. 41-59. URL: <https://doi.org/10.15407/agrisp6.01.041> (дата звернення: 21.12.2020).

## References

1. Analysis and structure of exports and imports of dairy products [Analitika ta struktura importu/eksportu molochnoji produkciji]. Available at: <https://inprod mash.ua/analitika-ta-struktura-importu-eksporto/> [in Ukrainian] (accessed 21 November 2020).

2. Ukraine National Statistical office [Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian] (accessed 21 November 2020).
3. Dzhedzhula V. V., Yepifanova I. Yu. & Dziubko M. Yu. (2018) Ways of developing the efficiency of dairy facilities [Napriamy pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstv molochnoi haluzi]. *Investment: practice and experience*, 2018, no. 11. pp. 12-14. Available at: URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/11\\_2018/4.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/11_2018/4.pdf) (accessed 21 December 2020)
4. Milk and dairy products exports to EU [Eksport moloka ta molochnykh produktiv do JeS: pershi kroky]. *European integration portal*. Available at: <http://eu-ua.org/eksport-yes/moloka-ta-molochnoi-produktsii> (accessed 21 November 2020).
5. Climate protection: how make cows produce less gas [Zashhyta klymata: kak zastavytj korov proyzvodytj menjshe metana]. Available at: <http://surl.li/ohwq> (accessed 21 November 2020).
6. FAO Food Price Index. *The Food and Agriculture Organization of the United Nations* [Indeks prodovol'stvennykh tsen FAO. Prodovol'stvennaya i sel'skokhozyaystvennaya organizatsiya Ob'edinennykh Natsiy]. Available at: <http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/ru/> [in Russian] (accessed 21 November 2020).
7. Mostenska T. Effect of prices on competitiveness of product on the market milk [Vplyv Tsiny na Konkurentospromozhnist Produktsiii Na Rynku Moloka] / T. Mostenska, N. Sychevskii. Available at: URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/19731> (accessed 21 December 2020).
8. Skopenko, N. S., Bovkun, A. O. Current status and development trends of the dairy industry in Ukraine [Suchasnyi stan ta tendentsii rozvytku molochnoi haluzi Ukrainy]. Available at: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/30309/1/dairy%20industry.pdf> (accessed 21 December 2020).
9. Statystyka eksportu molochnoji produkciji [Dairy exports statistics]. Available at: <http://www.ukrmolprom.kiev.ua/ua/> [in Ukrainian] (accessed 21 November 2020).
10. Khvorost T. V. Development of the world's and national dairy markets [Rozvytok svitovogho ta nacional'nogho rynku molochnoji produkciji]. *Efektyvna ekonomika*. 2014, 11. [in Ukrainian] <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3519>
11. Tarasova Yu. Status and prospects of development of Ukrainian dairy industry [Stan ta perspektyvy rozvytku molochnoi haluzi Ukrainy], *Socio-economic research bulletin*, Odessa National Economic University, Odessa, no. 1 (62), pp. 149-156. [in Ukrainian] [https://doi.org/10.33987/vsed.1\(62\).2017.149-156](https://doi.org/10.33987/vsed.1(62).2017.149-156)
12. Cherednichenko O., Pashchenko O. Economic aspects of production and consumption of milk and dairy products. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 4(1), 162-173. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.270310>
13. Tarasevych A. Dairy and products annual report. USDA. Available at: [https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual\\_Kyiv\\_Ukraine\\_10-15-2020](https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Dairy%20and%20Products%20Annual_Kyiv_Ukraine_10-15-2020) (accessed 21 November 2020).
14. Babenko, V.A. (2013). Formation of economic-mathematical model for process dynamics of innovative technologies management at agroindustrial enterprises. *Actual Problems of Economics*, Vol. 139, Issue 1, pp. 182-186.
15. Babenko, V. O. (2017). Modeling of factors influencing innovation activities of agricultural enterprises of Ukraine. *Scientific Bulletin of Polissia*, no. 1 (9), p. 2, pp. 115-121. [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2\(10\)-115-121](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2(10)-115-121)
16. Gateway to dairy production and products : Food and agricultural organisation of the UN. Available at: <http://www.fao.org/dairy-production-products/production/en/> (accessed 21 November 2020).
17. Frick F., Sauer J. Deregulation and Productivity: Empirical Evidence on Dairy Production. *American Journal of Agricultural Economics*, vol. 100, is. 1, pp. 354-378. <https://doi.org/10.1093/ajae/aax074>
18. Merchandise: Intra-trade and extra-trade of country groups by product, annual. Available at: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx?ReportId=24397> (accessed 21 November 2020).
19. Pronko L., Kolesnik T., Samborska O. Ukraine Dairy Market: State and Prospects of Development. *European Journal of Sustainable Development*. Vo.9. no1., pp. 243-252. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n1p243>
20. Shorikov, A.F., Babenko, V.A. (2014). Optimization of assured result in dynamical model of management of innovation process in the enterprise of agricultural production complex. *Economy of Region*, Issue 1, pp. 196-202. <http://dx.doi.org/10.17059/2014-1-18>
21. Ukraine: Dairy Sector. Available at: [https://www.clal.it/en/?section=stat\\_ucraina](https://www.clal.it/en/?section=stat_ucraina) (accessed 21 November 2020).
22. Ukraine: profile. Retrieved from: <https://oec.world/en/profile/country/ukr?depthSelector1=HS4Depth&yearSelector1=exportGrowthYear24> (accessed 21 November 2020).
23. Varchenko O., Radko V., Rudykh O., Svyynous I., Tkachenko, K. Risks of dairy farming in Ukraine and ways of their minimization and neutralization. *Agricultural Science and Practice*. no. 6(1). pp. 41-59. <https://doi.org/10.15407/agrisp6.01.041>

Статтю отримано 31 березня 2021 р.

## ВИКОРИСТАННЯ ІМІТАЦІЙНОГО МОДЕЛЮВАННЯ З МЕТОЮ ІДЕНТИФІКАЦІЇ УРГЕНТНИХ ІНСТРУМЕНТІВ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ\*

**Кузьмін Олег Євгенович**

докт. екон. наук, професор  
кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва  
Національний університет «Львівська політехніка»  
м. Львів, вул. Ст. Бандери, 12, 79013

e-mail: [oleh.y.kuzmin@lpnu.ua](mailto:oleh.y.kuzmin@lpnu.ua)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6014-6437>

Scopus Author ID: 36069535100

**Юринець Оксана Василівна**

канд. екон. наук, доцент  
кафедра зовнішньоекономічної та митної діяльності  
Національний університет «Львівська політехніка»  
м. Львів, вул. Ст. Бандери, 12, 79013

e-mail: [oksana.v.yurynets@lpnu.ua](mailto:oksana.v.yurynets@lpnu.ua)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9698-2499>

Scopus Author ID: 56180337400

**Дорошкевич Катерина Олегівна**

канд. екон. наук, доцент  
кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва  
Національний університет «Львівська політехніка»  
м. Львів, вул. Ст. Бандери, 12, 79013

e-mail: [kateryna.o.doroshkevych@lpnu.ua](mailto:kateryna.o.doroshkevych@lpnu.ua)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3966-224X>

Scopus Author ID: 57190166089

**Хоменко Андрій Ігорович**

канд. екон. наук  
кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва  
Національний університет «Львівська політехніка»  
м. Львів, вул. Ст. Бандери, 12, 79013

e-mail: [andrii.i.khomenko@lpnu.ua](mailto:andrii.i.khomenko@lpnu.ua)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4899-7498>

З метою ідентифікації ургентних інструментів антикризового управління, що характеризують негайні (термінові) дії з метою усунення або зменшення негативного впливу кризових явищ на економічний стан підприємства та забезпечення його подальшого ефективного розвитку, у статті використано метод імітаційного моделювання (передбачає числові розрахунки, призначені для отримання статистичної вибірки за попередньо сформованою математичною моделлю, що призначена для оцінювання імовірнісних характеристик досліджуваних величин). Порядок імітаційного моделювання розвинутий із використанням математичної моделі визначення результуючого показника - терміну реалізації заходів із впровадження ургентних інструментів антикризового управління підприємствами, що піддається випробуванню у процесі реалізації серії чисельних експериментів. Це дозволяє здійснити статистичний та імовірнісний аналіз, який передбачає розрахунок: середнього значення; стандартного відхилення; коефіцієнту варіації; отриманого максимального та мінімального значення результуючої величини; числа випадків використання ургентних інструментів антикризового управління підприємствами; сумарне значення результуючого показника (тривалості реалізації заходів із впровадження ургентних інструментів антикризового управління підприємствами); тривалості впровадження інструментів антикризового управління підприємствами, які не можуть бути зараховані до ургентних; імовірності використання ургентних інструментів антикризового управління підприємствами. Практичне застосування імітаційного моделювання на промислових підприємствах Західного регіону України дозволило встановити мінімальний та максимальний

\* **Cite as:** Kuzmin, O., Yurynets, O., Doroshkevych, K., Khomenko, A. (2021). Use of Simulation Modeling to Identify Urgent Crisis Management Measures on Enterprises, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 99-107. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-10>

термін впровадження інструментів антикризового управління, число випадків (від 1 до 22) та імовірність використання ургентних інструментів антикризового управління підприємствами, що коливається від 0,8 до 22,8% тощо.

**Ключові слова:** імітаційне моделювання, ургентні інструменти, антикризове управління, підприємства, порядок, статистичний аналіз, імовірнісний аналіз.

**Постановка проблеми.** Як відомо, підприємства функціонують в умовах динамічного середовища, що супроводжується впливом на підприємство різноманітних чинників. Багато із них створюють небезпеку для фінансово-економічного стану підприємства та його здатності здійснювати виробничо-господарську діяльність. Також вплив зовнішніх чинників часто носить раптовий та непередбачений характер, що вимагає негайних дій у системі управління підприємством.

Це актуалізує антикризове управління на підприємствах, що пов'язане із використанням антикризових інструментів управління. До них зараховують: метод аналізу ієрархій, візуальний якісний аналіз, SWOT-аналіз, функціонально-вартісний аналіз, ранжирування за ключовими факторами успіху, матрицю відповідальності, аутсорсинг, диверсифікацію виробництва, контролінг, диверсифікацію бізнес-процесів, реструктуризацію, реорганізацію, санацію, санаційний аудит, краудсорсинг, консалтинг, комунікаційні пристрої, інновації, вікіноміку, аутстафінг, стратегічні альянси, SMM програми, ланцюг створення вартості, коучінг, XYZ-аналіз; експертні опитування, ризик-менеджмент, PEST-аналіз, багатокритеріальні економічні моделі, моделі рейтингової оцінки імовірності банкрутства, бюджетування, фінансовий інжиніринг тощо [1-6].

У економічній літературі інструменти антикризового управління поділяють на основні та забезпечувальні [6]. Також їх класифікують за функціями менеджменту, при реалізації яких їх застосовують чи за ознаками настання кризових явищ [1, 4]. Водночас, у наукових дослідженнях не вивченим залишаються питання використання ургентних інструментів антикризового управління, що характеризують негайні (термінові) дії з метою усунення або зменшення негативного впливу кризових явищ на економічний стан підприємства та забезпечення його подальшого ефективного розвитку. Зокрема, увагу слід приділити питанням ідентифікації ургентних інструментів антикризового управління, що рекомендовано здійснювати шляхом імітаційного моделювання.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Процеси імітаційного моделювання ґрунтовно вивчені у працях Гавриленко В. В., Шумейко О. А., Коробова М. В. Ляшенко І. М., Столяр А. М., Костіної Н. І., Братушки С.М. тощо [7-15]. Цими та іншими дослідниками ґрунтовно вивчено процес імітаційного моделювання, розглянуто основні принципи та етапи побудови

імітаційних моделей, здійснено їх використання з метою дослідження складних систем і процесів в умовах невизначеності, зокрема, при оцінюванні інвестиційних ризиків [7-15].

На підставі аналізування останніх досліджень за проблемою можемо стверджувати, що ідентифікація ургентних інструментів антикризового управління підприємствами потребує системного дослідження та можлива шляхом проведення імітаційного моделювання. Воно спрямоване на відтворення процесу взаємодії елементів економічної моделі при заданих параметрах в умовах інформаційних обмежень. Очевидно, що забезпечення вимірювання тривалості перебування операції із реалізації методів антикризового управління підприємствами шляхом хронометражу чи застосування фотографії робочого часу потребує значних витрат часу та інших ресурсів підприємств і як наслідок опрацювання значних масивів даних. Це свідчить також про невизначеність процесу виявлення ургентних інструментів антикризового управління підприємствами, що потребує автоматизації. Імітаційне моделювання, як відомо, передбачає відтворення розгорнутого в часі процесу функціонування системи з врахуванням взаємодії із зовнішнім середовищем за допомогою ЕОМ. Тому, у даному випадку доцільним є здійснення імітаційного експерименту, результати якого будуть використані як аналоги цих даних [7-11].

**Мета статті.** Відповідно до поставленої проблеми у статті слід рекомендувати порядок імітаційного моделювання, що передбачає випробування математичної моделі визначення результуючого показника - терміну реалізації заходів із впровадження ургентних інструментів антикризового управління підприємствами шляхом реалізації серії чисельних експериментів та здійснити статистичний та імовірнісний аналіз.

**Виклад основного матеріалу.** Імітаційне моделювання передбачає здійснення випробувань математичних моделей реальних економічних систем шляхом реалізації серії чисельних експериментів (рис. 1). На підставі їх результатів можна формувати висновки (емпіричну оцінку) стосовно рівня впливу вихідних величин на залежні від них результати, під яким розуміємо тривалість процесу впровадження ургентних інструментів антикризового управління підприємствами. Також у ході проведення експерименту можна встановити взаємозв'язків між економічними показниками.

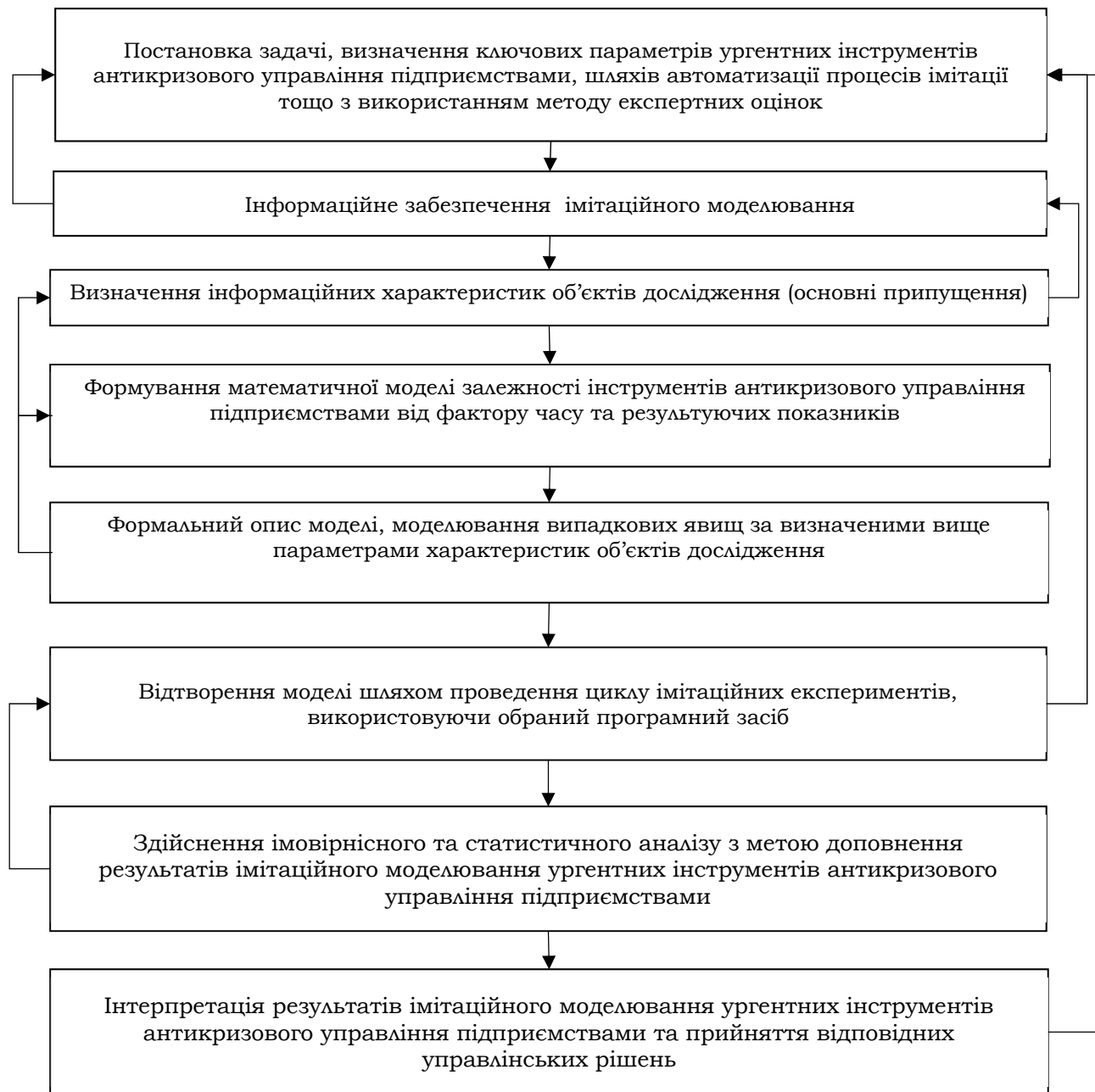


Рис. 1. Рекомендовані етапи імітаційного моделювання з метою ідентифікації ургентних інструментів антикризового управління підприємствами

Розроблено автором за матеріалами: [10-12, 15]

Проте для досягнення цілей моделювання слід забезпечити усі умови для проведення експерименту, сформулювати цільову функцію залежності елементів економічної системи (математичну модель), а також задати тип розподілу величин та інші характеристики досліджуваних об'єктів, обрати спосіб дослідження імітаційної моделі та програми для автоматизації імітаційних експериментів тощо [13, 14, 16].

Для ідентифікації ургентних інструментів антикризового управління підприємствами припускаємо, що головним критерієм їх відмінності від інших засобів антикризового

управління є термін реалізації. Відповідно до показників, які характеризують час впровадження ургентних інструментів антикризового управління підприємствами термін для їх реалізації становить 30 днів. Таким чином, у ході імітаційного моделювання здійснимо спостереження за часом впровадження інструментів антикризового управління підприємствами та виокремимо ті з них, які реалізовані за 30 днів та швидше.

В основу імітаційної моделі ідентифікації ургентних інструментів антикризового управління підприємствами покладено такі пропущення: між показниками одноденних

витрат на реалізацію заходів із впровадження ургентних інструментів антикризового управління, доходом підприємства, рентабельністю продукції існує кореляційний зв'язок; задана величина доходу підприємства в умовах реалізації ургентних інструментів антикризового управління підприємствами ( $D_n$ ) (відоме математичне сподівання ( $\mu_{D_n}$ ), середньоквадратичне відхилення величини ( $\sigma^2_{D_n}$ )) має нормальний закон розподілу; рентабельність підприємства ( $R_n$ ) становить випадкове значення у обраному діапазоні, межі якого визначені у результаті аналізування діяльності підприємства у динаміці, розподіл величини рентабельності віднесемо до нормального, що має відповідне математичне

сподівання ( $\mu_{R_n}$ ) і середньоквадратичне відхилення ( $\sigma^2_{R_n}$ ); величина ододенних витрат на впровадження заходів із реалізації ургентних інструментів антикризового управління підприємствами ( $V_{одн}$ ) не відома, виявлені межі її значень встановлені експертним шляхом, розподіл віднесено до нормального; за результуючий показник імітаційної моделі обрано термін реалізації заходів із впровадження ургентних інструментів антикризового управління підприємствами ( $t_{впрров}$ ) розділ даної величини не відомий і не може бути віднесений до нормального.

Для забезпечення процесу імітації слід реалізувати порядок, що узагальнений на рис. 2.



Рис. 2. Етапи розрахунку результуючого показника, статистичного та імовірнісного аналізу з метою виявлення ургентних інструментів антикризового управління підприємствами

Розроблено авторами

Рекомендований порядок передбачає виявлення випадкового значення величин (для яких не відомі параметри розподілу та статистичні показники), статичне спостереження за величиною із відомим законом розподілу та статистичними показниками, розрахунок результуючої величини для кожної імітації. Після завершення циклу імітації слід провести статистичний та імовірнісний аналіз (рис. 2).

Розкриємо ретельніше послідовність визначення результуючої змінної тривалості реалізації заходів із впровадження ургентних інструментів антикризового управління підприємствами у процесі імітаційного моделювання та накопичення значень результуючої змінної (рис. 3).

Так як для проведення імітаційних експериментів нами використано програму EXCELL, то для генерування випадкової величини змінних із невідомими статистичними

показниками та законом розподілу ( $V_{впр\text{ов}}$ ,  $R_{п}$ ) використаємо формулу «СЛУЧМЕЖДУ(нижня межа діапазону; верхня межа діапазону)» [7]. Таким чином, у кожному циклі імітації програма вибиратиме довільне значення цих змінних та здійснюватиме на їх основі підрахунок результуючої ознаки.

Використання програми EXCELL також передбачає розрахунок основних статистичних та імовірнісних показників імітаційної моделі (рис. 1), для чого слід використати відповідні функції: «СРЗНАЧ(діапазон)», «СТАНДОТКЛОН.В(діапазон)», «МИН(діапазон)», «МАКС(діапазон)», «СЧЁТЕСЛИ(діапазон; "<30")», «СУММЕСЛИ(діапазон; "<30")» тощо [7].

Як відомо одним з найважливіших етапів аналізу результатів імітаційного моделювання є виявлення залежності (кореляції) між ключовими параметрами моделі [7]. Для цього слід побудувати кореляційну матрицю, що перебачено відповідною функцією EXCELL.

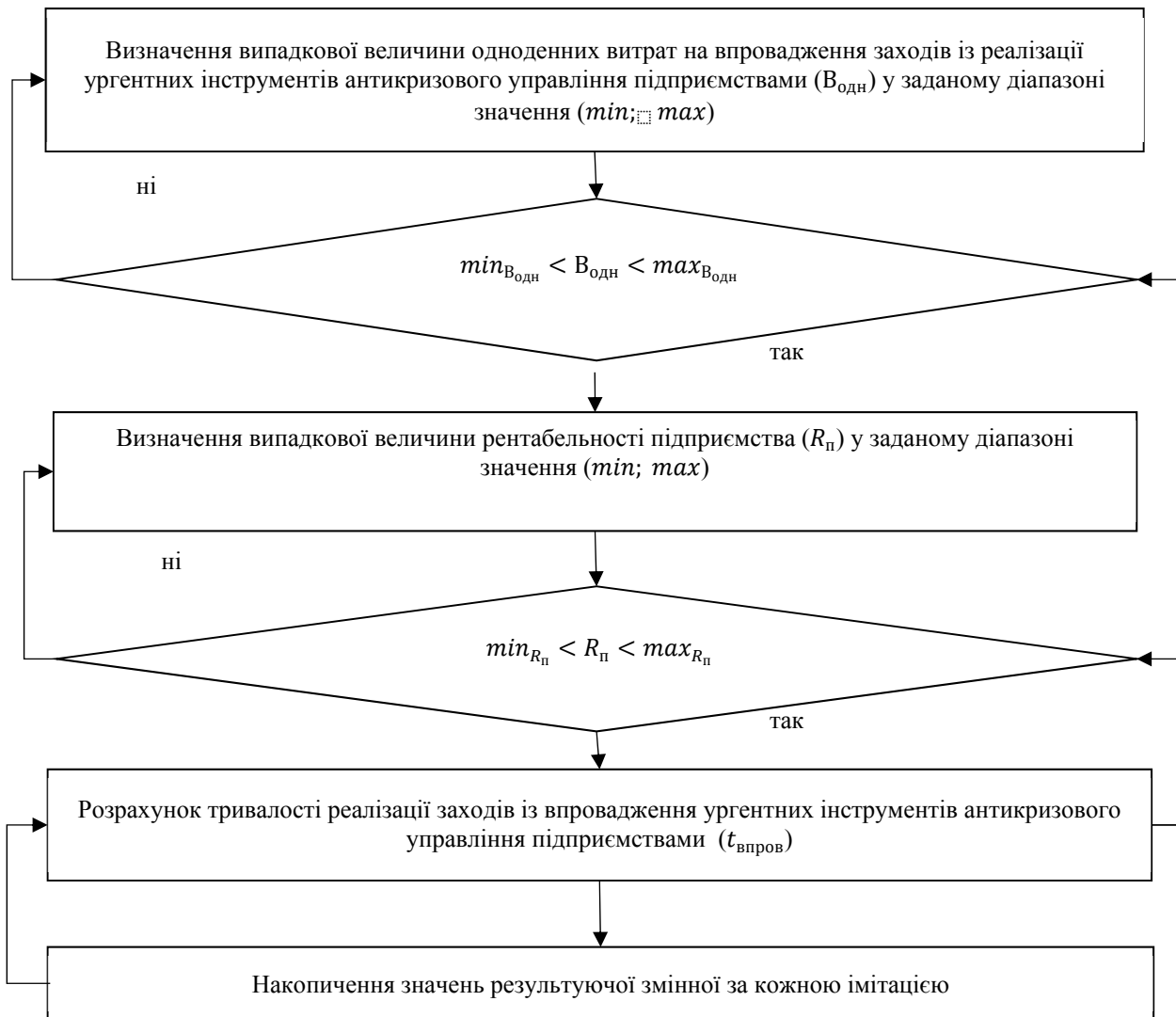


Рис. 3. Порядок визначення результуючої змінної тривалості реалізації заходів із впровадження ургентних інструментів антикризового управління підприємствами у процесі імітаційного моделювання  
Розроблено авторами

Наступним кроком імітаційного моделювання слід побудувати ряд розподілу значень результуючої змінної з метою виявлення типу розподілу значень результуючої змінної, що рекомендовано здійснити графічно. Для цього слід використати функцію EXCELL «ГИСТОГРАММА».

За допомогою імітаційного моделювання на підприємствах (ПАТ «Концерн-Електрон», ПрАТ «Рієл-експерт», АТ «Галич-фарм», ПАТ «Львівська фабрика паперово-білових виробів «Бібльос»,

ПАТ «Концерн Хлібпром»), встановлено, що мінімальний термін впровадження інструментів антикризового управління становить 27 днів, а максимальний – 121 600 днів. Число випадків використання ургентних інструментів антикризового управління підприємствами становить від 1 до 22. Водночас імовірність використання ургентних інструментів антикризового управління підприємствами є невисокою та коливається від 0,8 до 22,8% (рис. 4).

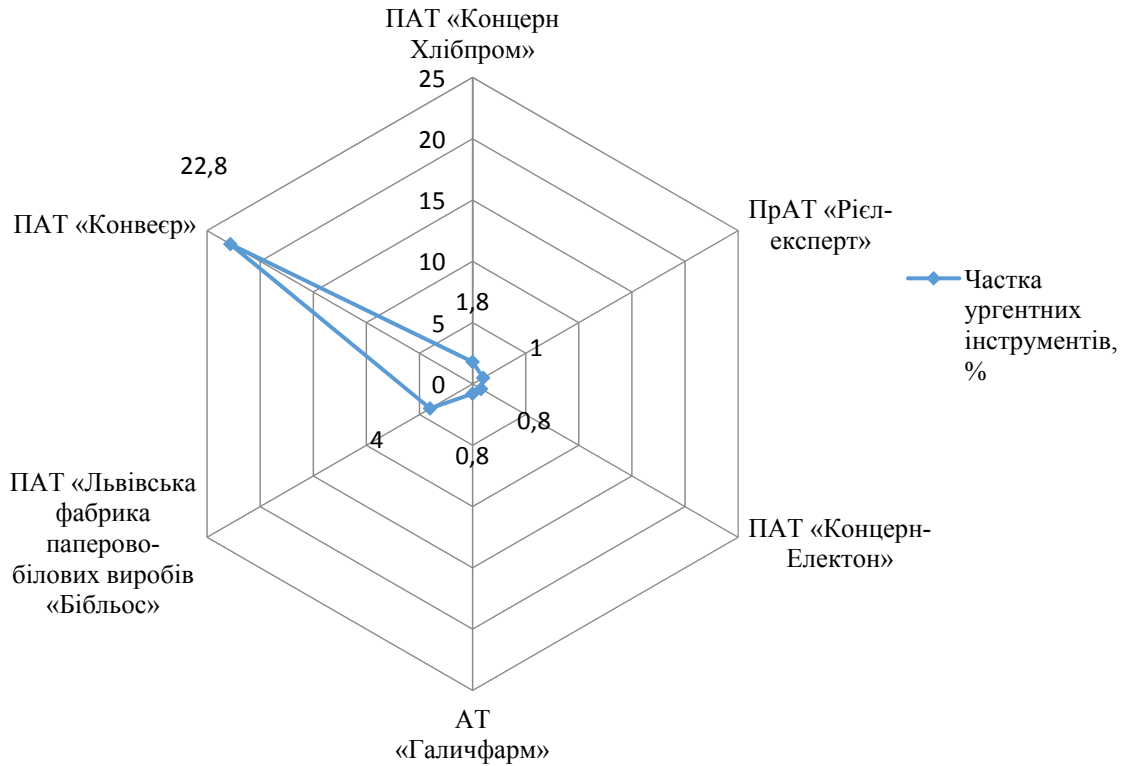


Рис. 4. Частка ургентних інструментів у загальній сукупності інструментів антикризового управління підприємствами

Розроблено авторами за допомогою EXCELL

**Висновки.** З метою підвищення здатності підприємств протистояти негативному впливу кризових явищ, слід приділити увагу застосуванню антикризових інструментів управління підприємствами, до яких належать SWOT-аналіз, функціонально-вартісний аналіз, ранжирування за ключовими факторами успіху, аутсорсинг, диверсифікація, контролінг, реструктуризація, реорганізація, санація, санаційний аудит, краудсорсинг, консалтинг, інновації, вікіноміка, аутстафінг, стратегічні альянси, SMM програми, ланцюг створення вартості, коучінг, XYZ-аналіз тощо. Інструменти антикризового управління, що характеризують негайні (термінові) дії з метою усунення або зменшення негативного впливу кризових явищ на економічний стан підприємства та забезпечення його подальшого ефективного розвитку належать до ургентних. З метою їх

виявлення серед усієї множини інструментів антикризового управління підприємствами слід використати імітаційне моделювання. У статті удосконалено порядок імітаційного моделювання, що передбачає випробування математичної моделі визначення результуючого показника - терміну реалізації заходів із впровадження ургентних інструментів антикризового управління підприємствами шляхом реалізації серії чисельних експериментів та дозволяє здійснити статистичний та імовірнісний аналіз, який передбачає розрахунок середнього значення, стандартного відхилення, отриманого максимального та мінімального значення результуючої величини, числа випадків та імовірності використання ургентних інструментів антикризового управління підприємствами тощо.



У результаті практичної апробації методу на підприємствах встановлено, що мінімальний термін впровадження інструментів антикризового управління становить 27 днів, а максимальний – 121 600 днів. Число випадків використання ургентних

інструментів антикризового управління підприємствами становить від 1 до 22. Водночас імовірність використання ургентних інструментів антикризового управління підприємствами є невисокою та коливається від 0,8 до 22,8%.

#### USE OF SIMULATION MODELING TO IDENTIFY URGENT CRISIS MANAGEMENT MEASURES ON ENTERPRISES

**Oleh Kuzmin**, Doctor of Science (Economics), Professor, Department of Management and International Business, Lviv Polytechnic National University, 12 Bandera street, Lviv, Ukraine, 79013, e-mail: [oleh.y.kuzmin@lpnu.ua](mailto:oleh.y.kuzmin@lpnu.ua), ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6014-6437>, Scopus Author ID: 36069535100

**Oksana Yurynets**, Candidate of Science (Economics), Associate professor, Department of Foreign Trade and Customs, Lviv Polytechnic National University, 12 Bandera street, Lviv, Ukraine, 79013, e-mail: [oksana.v.yurynets@lpnu.ua](mailto:oksana.v.yurynets@lpnu.ua), ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9698-2499>, Scopus Author ID: 56180337400

**Kateryna Doroshkevych**, Candidate of Science (Economics), Associate professor, Department of Management and International Business, Lviv Polytechnic National University, 12 Bandera street, Lviv, Ukraine, 79013, e-mail: [kateryna.o.doroshkevych@lpnu.ua](mailto:kateryna.o.doroshkevych@lpnu.ua), ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3966-224X>, Scopus Author ID: 57190166089

**Andrii Khomenko**, Candidate of Science (Economics), Department of Management and International Business, Lviv Polytechnic National University, 12 Bandera street, Lviv, Ukraine, 79013, e-mail: [andrii.i.khomenko@lpnu.ua](mailto:andrii.i.khomenko@lpnu.ua), ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4899-7498>

In order to identify urgent measures of crisis management, which characterize the immediate (urgent) actions to eliminate or reduce the negative impact of crisis on the economic condition of the enterprise and ensure its further effective development, the article uses the method of simulation (provides numerical calculations for statistical samples according to a pre-formed mathematical model designed to estimate the probabilistic characteristics of the studied quantities). The procedure of simulation is developed using a mathematical model to determine the resulting indicator - the term of implementation of measures to implement urgent tools of crisis management of enterprises, which is tested in the process of implementing a series of numerical experiments. This allows for statistical and probabilistic analysis, which involves the calculation of: the average value; standard deviation; coefficient of variation; the obtained maximum and minimum values of the resulting indicator; the number of cases of using urgent measures of crisis management of enterprises; the total value of the resulting indicator (duration of implementation of measures to implement urgent tools of crisis management of enterprises); duration of implementation of crisis management measures of enterprises that cannot be classified as urgent; the probability of using urgent measures of crisis management of enterprises. Practical application of simulation modeling at industrial enterprises of the Western region of Ukraine allowed to establish the minimum and maximum term of introduction of anti-crisis management tools, number of cases (from 1 to 22) and probability of using urgent tools of anti-crisis management of enterprises, ranging from 0,8 to 22,8% etc.

**Keywords:** simulation modeling, urgent measures, crisis management, enterprises, order, statistical analysis, probabilistic analysis.

#### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ С ЦЕЛЬЮ ИДЕНТИФИКАЦИИ УРГЕНТНОЙ ИНСТРУМЕНТОВ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

**Кузьмин Олег Евгеньевич**, докт.экон.наук, професор, кафедра менеджмента и международного предпринимательства, Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов, ул. Ст. Бандеры, 12, 79013, e-mail: [oleh.y.kuzmin@lpnu.ua](mailto:oleh.y.kuzmin@lpnu.ua)  
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6014-6437>, Scopus Author ID: 36069535100

**Юринец Оксана Васильевна**, канд.экон.наук, доцент, кафедра внешнеэкономической и таможенной деятельности, Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов, ул. Ст. Бандеры, 12, 79013, e-mail: [oksana.v.yurynets@lpnu.ua](mailto:oksana.v.yurynets@lpnu.ua), ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9698-2499>, Scopus Author ID: 56180337400

**Дорoshkevich Екатерина Олеговна**, канд.экон.наук, доцент, кафедра менеджмента и международного предпринимательства, Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов, ул. Ст. Бандеры, e-mail: [kateryna.o.doroshkevych@lpnu.ua](mailto:kateryna.o.doroshkevych@lpnu.ua), ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3966-224X>, Scopus Author ID: 57190166089

**Хоменко Андрей Игоревич**, канд.экон.наук, кафедра менеджмента и международного предпринимательства, Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов, ул. Ст. Бандеры, e-mail: [andrii.i.khomenko@lpnu.ua](mailto:andrii.i.khomenko@lpnu.ua), ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4899-7498>

С целью идентификации ургентных инструментов антикризисного управления, характеризующие немедленные (срочные) действия с целью устранения или уменьшения негативного влияния кризисных

явлений на економічне становище підприємства і забезпечення його подальшого ефективного розвитку, в статті використано метод імітаційного моделювання (передбачає числові розрахунки, призначені для отримання статистичної вибірки по попередньо сформованій математичній моделі, призначеній для оцінки ймовірнісних характеристик досліджуваних величин). Порядок імітаційного моделювання розв'язаний з використанням математичної моделі визначення результативного показника – строку реалізації заходів по впровадженню термінових інструментів антикризового управління підприємствами, піддається випробуванню в процесі реалізації серії чисельних експериментів. Це дозволяє здійснити статистичний і ймовірнісний аналіз, який передбачає розрахунок: середнього значення; стандартного відхилення; коефіцієнта варіації; отриманого максимального і мінімального значення результативної величини; числа випадків використання термінових інструментів антикризового управління підприємствами; суммарне значення результативного показника (продовжительності реалізації заходів по впровадженню термінових інструментів антикризового управління підприємствами) продовжительності впровадження інструментів антикризового управління підприємствами, які не можуть бути зараховані до термінових; ймовірності використання термінових інструментів антикризового управління підприємствами. Практичне застосування імітаційного моделювання на промислових підприємствах Західного регіону України дозволило встановити мінімальний і максимальний строк впровадження інструментів антикризового управління, число випадків (від 1 до 22) і ймовірність використання термінових інструментів антикризового управління підприємствами, коливається від 0,8 до 22,8% і т.д.

**Ключові слова:** імітаційне моделювання, термінові інструменти, антикризове управління, підприємства, порядок, статистичний аналіз, ймовірнісний аналіз.

### Література

1. Костіна О. М. Діагностика та управління бізнес-процесами у контексті антикризового управління підприємством. Економіка та суспільство. 2017. №10. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/10\\_ukr/51.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/51.pdf)
2. Плікус І. Й. Інструментарій антикризового управління: проблемні питання застосування. Молодий вчений. 2020. № 1(77). С. 259-264. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-1-77-57>
3. Рубан В. М. Антикризові інструменти та основні функції антикризового менеджменту. Галицький економічний вісник. Т.: ТНТУ, 2015. Том 48. № 1. С. 109-114.
4. Тюріна Н. М. та Баксалова О. М. Кадрова безпека як складова економічної безпеки підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2015. № 2. т. 2. С. 230-234.
5. Якименко-Терещенко Н. В., Палієнко О. І. Антикризове управління промисловими підприємствами. Молодий вчений. 2018. № 5.1 (57.1). С. 98-101.
6. Череп А. В., Корженевська В. М. Дослідження економічних інструментів антикризового управління діяльністю підприємств машинобудування. Вісник Приазовського державного технічного університету : зб. наукових праць / ДВНЗ «ПДТУ». 2017. Вип. 33. С. 303-311.
7. Гавриленко В. В., Шумейко О. А. Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем. Збірник наукових праць МННЦ ІТіС. 2007. Випуск 12. С. 211-220.
8. Коробова М. В. Ляшенко І. М., Столяр А. М. Основи математичного моделювання економічних, екологічних та соціальних процесів. Тернопіль : «Навчальна книга - Богдан». 2006. 304 с.
9. Костіна Н. И. Многоцелевые имитационные системы. Кибернетика и системный анализ. К.: Знання. 1995. № 1. С. 129-145.
10. Babenko, V., Romanenkov, Yu., Yakymova, L., Nakisko, A. Development of the model of minimax adaptive management of innovative processes at an enterprise with consideration of risks. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, Vol. 5, No. 4 (89), 2017. Pp. 49-56. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2017.112076>
11. Братушка С. М. Імітаційне моделювання як інструмент дослідження складних економічних систем. Вісник Української академії банківської справи. 2009. №2. С. 113-118.
12. Бережная Е. В. Бережной В. И. Математические методы моделирования экономических систем. М.: Финансы и статистика, 2001. 368 с.
13. Malyarets, L., Draskovic, M., Babenko, V., Kochuyeva, Z., Dorokhov, O. Theory and practice of controlling at enterprises in international business. *Economic Annals-XXI*, Vol. 165, Iss. 5-6, 2017. Pp. 90-96. <https://doi.org/10.21003/ea.V165-19>
14. Malyarets, L.M., Babenko, V.O., Nazarenko, O.V., Ryzhikova, N.I. The Modeling of Multi-criteria Assessment Activity in Enterprise Management, *Int. J. Sup. Chain. Mgt.*, vol. 8, no. 4, 2019ю Pp. 997-1004. <http://ojs.excelingtech.co.uk/index.php/IJSCM/article/view/3342>
15. Погребняк А. Ю. Сутність складових елементів механізму антикризового управління на промисловому підприємстві. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2015. № 12. С. 300-310. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi\\_2015\\_12\\_45](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_45)
16. Shorikov, A.F., Babenko, V.A. Optimization of assured result in dynamical model of management of innovation process in the enterprise of agricultural production complex. *Economy of Region*, Issue 1, 2014. Pp. 196-202. <http://dx.doi.org/10.17059/2014-1-18>

## References

1. Kostina O. M. Diahnostyka ta upravlinnia biznes-protsesamy u konteksti antykryzovoho upravlinnia pidpriemstvom [Diagnosis and management of business processes in the context of crisis management of the enterprise]. *Economy and Society*. 2017. №10. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/10\\_ukr/51.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/51.pdf)
2. Plikus I. Y. Instrumentarii antykryzovoho upravlinnia: problemni pytannia zastosuvannia [Crisis management tools: problematic issues of application]. *Young scientist*. 2020. № 1(77). pp. 259-264. doi: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-1-77-57>
3. Ruban V. M. Antykryzovi instrumenty ta osnovni funktsii antykryzovoho menedzhmentu [Anti-crisis measures and main functions of anti-crisis management]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk*. T.: TNTU, 2015. Vol. 48. № 1. pp. 109-114.
4. Tiurina N. M. and Baksalova O. M. Kadrova bezpeka yak skladova ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva [Personnel security as a component of economic security of the enterprise]. *Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic sciences*. 2015. № 2, Vol. 2. pp. 230-234.
5. Iakymenko-Tereshchenko N. V., Paliienko O. I. Antykryzove upravlinnia promyslovymy pidpriemstvamy [Anti-crisis management of industrial enterprises]. *Young scientist*. 2018. № 5.1 (57.1). pp. 98-101.
6. Cherep A. V., Korzhenevska V. M. Doslidzhennia ekonomichnykh instrumentiv antykryzovoho upravlinnia diialnistiu pidpriemstv mashynobuduvannia [Research of economic tools of anti-crisis management of machine-building enterprises]. *Visnyk Pryazovskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu : zb. naukovykh prats / DVNZ «PDTU»*. 2017. Vol. 33. pp. 303-311.
7. Havrylenko V. V., Shumeiko O. A. Ekonomiko-matematychni modeliuvannia sotsialno-ekonomichnykh system [Economic and mathematical modeling of socio-economic systems]. *Zbirnyk naukovykh prats MNNTs ITiS*. 2007. Vol 12. pp. 211-220.
8. Korobova M. V. Liashenko I. M., Stoliar A. M. Osnovy matematychnoho modeliuvannia ekonomichnykh, ekolohichnykh ta sotsialnykh protsesiv. [Fundamentals of mathematical modeling of economic, environmental and social processes] Ternopil : "Navchalna knyha - Bohdan".. 2006. 304 p.
9. Kostina N. I. Mnogoceleveye imitacionnye sistemy. Kibernetika i sistemnyj analiz [Multi-purpose simulation systems]. K.: Znaniya. 1995. № 1. pp. 129-145.
10. Babenko, V., Romanenkov, Yu., Yakymova, L., Nakisko, A. (2017). Development of the model of minimax adaptive management of innovative processes at an enterprise with consideration of risks. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, Vol. 5, No. 4 (89), pp. 49-56. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2017.112076>
11. Bratushka S. M. Imitatsiine modeliuvannia yak instrument doslidzhennia skladnykh ekonomichnykh system [Simulation modeling as a tool for studying complex economic systems.]. *Visnyk Ukrainskoi akademii bankivskoi spravy*. 2009. №2. pp. 113-118.
12. Berezhnaya E. V. Berezhnoj V. I. Matematicheskie metody modelirovaniya ekonomicheskikh sistem [Mathematical methods of modeling economic systems]. M.: Finansy i statistika, 2001. 368 p.
13. Malyarets, L., Draskovic, M., Babenko, V., Kochuyeva, Z., Dorokhov, O. (2017). Theory and practice of controlling at enterprises in international business. *Economic Annals-XXI*, Vol. 165, Iss. 5-6, 90-96. <https://doi.org/10.21003/ea.V165-19>
14. Malyarets, L.M., Babenko, V.O., Nazarenko, O.V., Ryzhikova, N.I. (2019). The Modeling of Multi-criteria Assessment Activity in Enterprise Management, *Int. J Sup. Chain. Mgt*, vol. 8, no. 4, pp. 997-1004. <http://ojs.excelingtech.co.uk/index.php/IJSCM/article/view/3342>
15. Pohrebniak A. Yu. Sutnist skladovykh elementiv mekhanizmu antykryzovoho upravlinnia na promyslovomu pidpriemstvi [The essence of the components of the mechanism of anti-crisis management in an industrial enterprise.]. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskiy politekhnichnyi instytut»*. 2015. № 12. pp. 300-310. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi\\_2015\\_12\\_45](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_45)
16. Shorikov, A.F., Babenko, V.A. (2014). Optimization of assured result in dynamical model of management of innovation process in the enterprise of agricultural production complex. *Economy of Region*, Issue 1, pp. 196-202. <http://dx.doi.org/10.17059/2014-1-18>

Статтю отримано 5 квітня 2021 р.

## ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ COVID-19\*

Ніколайчук Ольга Анатоліївна

канд.екон.наук, доцент  
кафедра технологій в ресторанному господарстві,  
готельно-ресторанної справи та підприємництва  
Донецький національний університет економіки та  
торгівлі імені Михайла Туган-Барановського  
50005, м. Кривий Ріг, вул. Трамвайна, 16  
e-mail: nikolaichuk@donnuet.edu.ua  
ORSID: <https://orcid.org/0000-0002-7197-4713>

Пандемія COVID-19 кардинально вплинула на всі сфери економічної діяльності, найсуттєвішим цей вплив виявився у світовій та вітчизняній індустрії гостинності. **Предметом дослідження** в статті є вітчизняна готельно-ресторанна індустрія в умовах COVID-19. **Метою статті** є оцінка тенденцій розвитку вітчизняної готельно-ресторанної індустрії в сучасних умовах та визначення ключових трендів її розвитку. **Методи дослідження:** аналіз, синтез, систематизація, порівняння, абстрактно-логічний метод. Отримано такі результати: проаналізовано діяльність вітчизняних підприємств індустрії гостинності в карантинних умовах; встановлено невисоку ефективність фінансових результатів діяльності та використання персоналу для суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу; виявлено основні проблеми розвитку закладів готельного та ресторанного бізнесу у сучасних карантинних реаліях. **Висновки:** дослідження тенденцій розвитку глобальної та вітчизняної індустрії гостинності дозволили встановити ключові тренди та тенденції: підвищена увага до заходів безпеки та гігієни, необхідність оптимізації бізнес-процесів, розвиток віртуальної і доповненої реальності, використання віртуальних турів, підвищена роль здорового та органічного харчування, оптимізація організаційної структури та витрат (зокрема департаментів Food and Beverage, ресепшн та ін.), розширення асортименту послуг та нових форматів закладів гостинності, оптимізація доставки, розвиток підприємств сегменту швидкого харчування, застосування можливостей, франчайзингу, використання місцевого колориту, орієнтація на екоскладову, зміна ставлення до мобільності, зміщення акцентів з особистого спілкування гостей з співробітниками на спілкування за допомогою інформаційних технологій і цифрової системи комунікацій, в т.ч. голосові сервіси, цифрові вивіски, чат-боти, роботу з біометричними даними для безконтактних форм взаємодії.

**Ключові слова:** індустрія гостинності, тимчасове розміщення та організація харчування, COVID-19, тренди розвитку.

**Постановка проблеми.** Поширення загрози COVID 19 у всьому світі змінило діяльність усіх суб'єктів господарювання. Готельний та ресторанний бізнес постраждав найбільше, адже ці види діяльності спрямовані на безпосередній контакт із людьми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика впливу пандемії COVID-19 на функціонування готельно-ресторанного бізнесу обговорюється у вітчизняній та зарубіжній літературі. Зокрема, в роботі Т. Баума та Н. Хая [1] держана допомога розглядається як основний фактор антикризової підтримки підприємств галузі. В дослідженні М. Брейєри, А. Каллмюнцера, Т. Клаусса, Дж. Гастда, С. Краузе, В. Тибериусфа [2] обґрунтовано важливість інноваційних бізнес-моделей в

остинності як рішення для відновлення та успішної боротьби з кризою COVID-19.

У роботі Н. Балацької [3] проводиться аналіз функціонування ресторанного бізнесу, підкреслено важливість інтернет-технологій та альтернативних online-сервісів для реінжинірингу основних бізнес-процесів та перепрофілювання звичного режиму роботи закладів ресторанного бізнесу. Дишкантюк О.В., Потьомкіна А.М., Власюк К.В. [4] здійснили аналіз світового досвіду та виявили два підходи до подолання кризи: перший підхід – доступні лінії кредитування, другий – відтермінування сплати податкових та боргових зобов'язань, розглянули динаміку показників розвитку вітчизняної індустрії гостинності та туризму та підкреслили

\* **Cite as:** Nikolaichuk, O. (2021). Trends of Development of Domestic Hospitality Industry in COVID-19 Conditions, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 108-114. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-11>

важливість пошуку нових підходів та моделей бізнесу.

Н. Корж, Н. Онищук [5] аналізується дільність готельних закладів в карантинних умовах та визначаються основні напрмки його трансформації. Авторський колектив Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Задоя В. О., Пікуліна О. [6] обґрунтовують впровадження стратегій та напрямків для виходу з кризи готельно-ресторанного бізнесу, щоб забезпечити можливість функціонування готелям та ресторонам у нових карантинних умовах.

Водночас потребують подальшого наукового обґрунтування особливості та тренди функціонування закладів гостинності в період COVID-19.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є оцінка тенденцій розвитку вітчизняної готельно-ресторанної індустрії в сучасних умовах та визначення ключових трендів її розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** Спалах коронавірусу стала приголомшливим ударом для світового і українського готельного та ресторанного бізнесу. Закриті кордони держав, скасування авіасполучення, обмеження пересування всередині України між областями і абсолютна ізоляція країн одна від одної спровокували ряд проблем в секторі тимчасового розміщення та організації харчування.

Український готельно-ресторанний бізнес в нових карантинних умовах був змушений реагувати і вживати відповідні антикризові заходи.

Так, згідно з результатами опитування готельєрів, проведеного Colliers International спільно з Vertex Hotel Group в березні 2020 року, близько половини (47%) опитаних представників п'ятизіркових готелів вдавалися до комплексних заходів з метою зменшення збитків: переведення працівників у відпустку за свій рахунок, виведення з експлуатації номерного фонду, зменшення маркетингових бюджетів та інше.

Найчастіше для зниження витрат співробітників відправляли у відпустку. Майже 30% опитаних скоротили від 50 до 150 співробітників, 45% відзначали, що скоротять до 10 робочих місць. Більше половини (61%) представників готелів з номерним фондом до 50 номерів планували скоротити до 10 робочих місць, ще 30% респондентів відзначали скорочення від 10 до 50 співробітників [7].

Багато ресторанних закладів були змушені відправляти персонал у відпустку за власний рахунок. Для великих міст (Одеса, Харків, Львів, Дніпро) ситуація загострена тим, що певна частка співробітників не місцеві. Аналітики [robita.ua](http://robita.ua) відмічають, що зменшення персоналу на 30% спостерігається майже у 19% роботодавців. Виходячи з цього, у

співробітників збільшилося навантаження на 42%. Болючим питанням залишалася підтримка належного рівня оплати праці. За даними сайту [robita.ua](http://robita.ua), у половини працівників ресторанного сектора дохід знизився та приблизно у 18% залишився на колишньому рівні. Приблизно у 10% закладів знизили бонуси і надбавки персоналу. Тільки у 7% роботодавців потреби в наборі персоналу залишилися такими ж, як і до введення карантинних обмежень [8-9].

За ініціативою Асоціації готелів і курортів України (UHRA), було проведено опитування, в якому взяли участь 122 готелі з номерним фондом в середньому 72 номера. 93% опитаних підтвердили загальний спад рівня виручки своїх готелів, в 21% готелів валова виручка скоротилася на 25-40%, в третини готелів - на 40-60%, в 30% готелів наступні скорочення склали більше 60%, тільки 4% готелів показали зростання річної виручки, а в 3% вона залишилася на тому ж рівні.

В той же час, 66% оптимізували свої витрати, скоротивши штат, 2/3 скоротили ціни на свої послуги, 63% опитаних вдосконалили свій продукт і сервіси (ремонт, репозиціонування, оновлення стандартів роботи і умов з постачальниками, зміна комплектації і т.д.), 1/3 респондентів впровадили цифрові і маркетингові інструменти, 27% ввели альтернативні послуги (коворкінг, здача номерів під офіси і т.п.), 7% вирішили перепрофілювати частину приміщень, наприклад, для оренди під гральні заклади [10].

Ускладнює ситуацію те, що українська туристична галузь не отримала такої швидкої системної підтримки уряду в порівнянні з тим, як в інших країнах. В умовах високої частки іноземного туризму та високих витрат, тотальне зниження обсягів виручки стало просто згубним для більшості готелів. За прогнозами, відновлення обсягів готельного бізнесу в Україні після обмежувальних заходів через пандемію може зайняти не один рік.

За оцінками експертів, основними тенденціями готельного ринку, які мали місце під час карантинних обмежень, є наступні:

1) сегмент п'ятизіркових готелів постраждав більше, ніж готелі категорії чотири і три зірки, що пояснюється різким падінням потоку іноземних туристів в Україну;

2) під час другої хвилі кризи найскладніше довелося міським бізнес-готелям, які втратили від 75 до 90% гостей, і хостелам, які не мають можливості дотримуватися протиепідемічних вимог;

3) майже повне скорочення послуг конференц-сервісу у зв'язку з відсутністю відповідних залів (20 квадратних метрів на людину в «помаранчевій» зоні) та високим ризиком організації масштабних заходів через

ризик в будь-який момент потрапити в «червону» зону;

4) досить непогані результати діяльності готелів типу заміських, в яких гості проводили відпустку. Багато з них були завантажені на 80-100% фактично з початку карантину і до кінця літа. Готелі на відстані 1-2 годин їзди від таких великих міст, як Дніпро, Київ, Харків, Вінниця, Львів, Одеса, Івано-Франківськ, також мали успіх завдяки турам вихідного дня.;

5) з непоганими показниками за чистим прибутком виходили готелі в Яремче, Славському, Верховині, Буковелі;

5) успішним був сезон для об'єктів чорноморського узбережжя сегмента «середній плюс» і вище. Високий був також попит на відпуски внутрішні напрямки з середини червня до початку навчального року. Влітку середнє завантаження готелів в Одесі була від 60 до 75%. Також значну заповненість мали готелі на Азовському морі, а ті, які змогли забезпечити номінально окреме проживання (котеджі або будиночки), взагалі були завантажені під 70-85%».

Серед ключових трендів, які з'явилися «завдяки» пандемії, експерти вітчизняного готельного ринку називають оптимізацію і адаптацію під карантин бізнес-процесів. Наприклад, деякі готелі прибрали департамент Food and Beverage, інші об'єкти перевели рецепції тільки на денні зміни.

Експерти з «Ribas Hotels Group» зазначають, що частина готелів перейшли на роботу без ресепшена. Було модернізовано готелі, обладнавши їх кодовими замками. Вони відкриваються і закриваються віддалено за допомогою Wi-Fi або кодів, які система відправляє гостям після оплати номера. Це допомагає не тільки оптимізувати витрати, але і поліпшити сервіс для клієнта. Відділ бронювання виконує роль консьерж-сервісу, 24/7 відповідає на питання і побажання гостей. Бронювання, оплата, поселення та виселення при цьому повністю автоматизовані, виключений людський фактор.

Олександр Чорний, власник Школи готельного бізнесу Michelle, виділяє глобально кілька трендів, які впливають на сегмент готелів: підвищені вимоги до персоналу, пошук додаткових джерел доходу і колаборація гравців ринку. Серед додаткових джерел доходу він як варіант називає формат тривалої оренди номерів і нові сервіси, а для курортних готелів - варіанти розширення сезону або взагалі цілорічну роботу з різними ЦА влітку і взимку [11].

Щоб пережити кризу, готельєрам доводиться адаптувати продукт до нових реалій. Наприклад, світові готельні мережі, такі як Radisson і Accor, практикують поєднання готелів з офісними центрами, коворкінг. У Ribas Hotels Group розглядають таку можливість і для

українського ринку. У низький сезон частину номерів без переобладнання можна надати в оренду під мікроофіси.

Інші експерти зазначають, що незабаром з'являться нові формати: колівінгі, закриті апарт-готелі і готельні комплекси з повним інфраструктурним циклом, комфортні для проживання, де, крім SPA, паркінгу та конференц-зали, будуть все затребувані побутові послуги та обов'язково всі умови для віддаленої роботи.

За прогнозами, перспективним є розвиток медикал-туризму і відповідних форматів готелів. У Ribas Hotels Group бачать потенціал в сегменті екотуризму, тому запустили роботу мережі глемпінгов MANDRA. Перший глемпінг побудували в Затоці, що мав успіх та незважаючи на низький сезон в 2020 році, повністю завантажений до кінця листопада.

Будуть користуватися попитом апарт-готелі з автономними номерами і наявністю своєї кухні. Оптимальний варіант таких готелів - від 50 до 400 номерів під керуванням професійного готельного оператора [11].

Головними факторами, які в карантинних умовах визначали ефективність діяльності вітчизняного ресторанного бізнесу, є:

1) присутність онлайн і можливість доставки. Так, опитування «БізРейтінг» показали такі результати: 35% ресторанів мали доставку до карантину, 16% запустили власну доставку під час карантину та 5% організували доставку за допомогою аутсорсингу, 11% - лише планують це зробити. Однак потрібно враховувати, що організація доставки є виправданою лише при умові певного рівня середнього чека, інакше більшість замовлень стануть нерентабельними.

2) перегляд меню з позицій можливостей доставки страв. Так, у карантин багато ресторанів, які активно розвивають свою доставку, були вимушені скоротити своє меню, але в більшості випадків це робить бізнес більш кризостійким.

3) розвиток підприємств сегменту швидкого харчування, адже цей напрямок виявився найбільш підготовленим до умов карантину. Багато нових закладів, які відкривалися в нових карантинних умовах, вносили коригування в свій формат.

4) використання програмного забезпечення, мобільних додатків і т.д., що дозволяє підвищити ефективність бізнес-процесів та скорочує час обслуговування клієнтів;

5) розвиток франчайзингу в Україні, який є потужним катализатором зростання в ресторанному сегменті навіть за часів кризи [7-9].

Дослідження тенденцій розвитку глобальної та вітчизняної індустрії гостинності [1-13] доводять, що ключовими трендами та тенденціями, які діють як реакція на пандемію коронавірусу, є наступними (рис. 1):

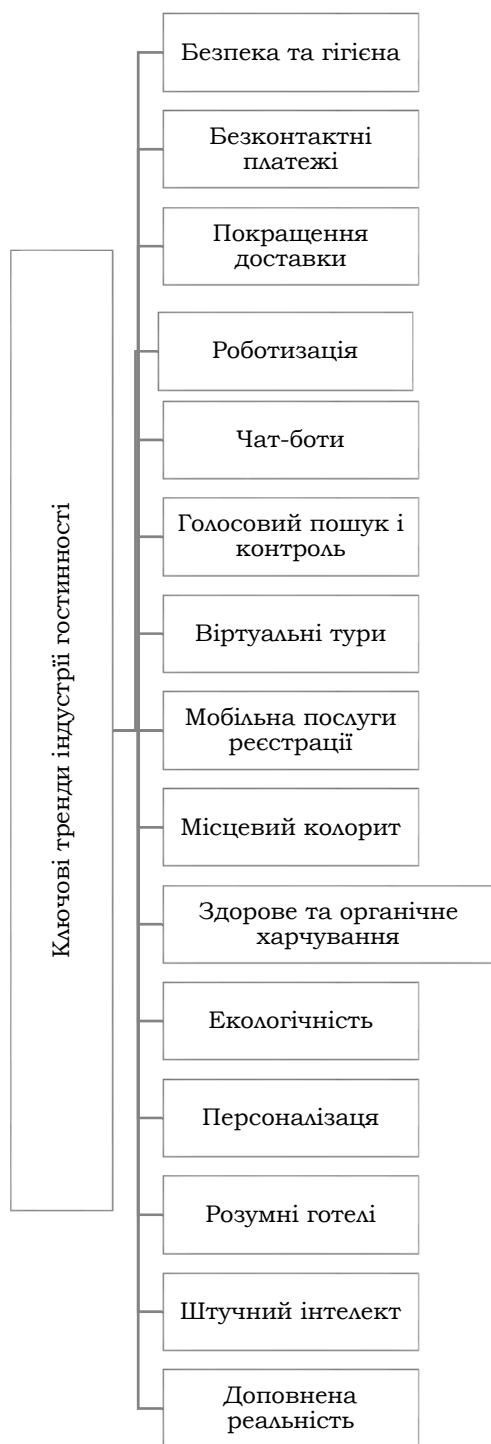


Рис. 1. Ключові тренди вітчизняної індустрії гостинності

Джерело: складено автором на основі [10-13]

1. Безпека та гігієна. Існує низка тенденцій в індустрії гостинності, які пов'язані з безпекою та гігієною, які набули особливого значення з появою COVID. Маркетингові заходи в гостинності також повинні підкреслювати заходи безпеки та гігієни, які вживаються у закладі, що сприятиме збільшенню бронювань.

2. Безконтактні платежі. Багато найбільших тенденцій гостинності стосуються зменшення

дотиків, а безконтактні платежі – один із найбільших прикладів цього. Пандемія коронавірусу також збільшила попит на безконтактні платежі, які розглядаються зараз як необхідність, а не розкіш.

3. Голосовий пошук і голосовий контроль. Його застосування стає все більш поширеним серед клієнтів, які шукають та бронюють готелі та ресторани. Голосове управління може використовуватися для управління пристроями в готельному номері. Так, розумні колонки можуть надати гостям відповіді на запитання, відповісти на голосові запити щодо увімкнення світла та пристроїв у приміщенні, що також сприятиме дотриманню безпеки та гігієни.

4. Покращення доставки їжі та напоїв додому. Багато ресторанів та закладів з організації харчування пристосувались до ситуації COVID, збільшивши обсяги доставки їжі та напоїв. Ключовою частиною управління гостинністю в епоху COVID є пошук нових інноваційних способів вразити клієнтів. Так, бари вивчають способи доставки напоїв до будинків клієнтів, ресторани все частіше пропонують додаткові послуги, включаючи свічки, безкоштовну їжу або QR-коди з плейлистами Spotify.

5. Роботи в налаштуваннях готелів та ресторанів. Готелі, ресторани та подібні заклади можуть використовувати роботів для привітання клієнтів та надання інформації про них, або для процесів безпеки. В готелях роботи використовуються для обслуговування номерів, для прибирання та інших господарських робіт. Ресторани можуть використовувати роботів для замовлень та обслуговування, що може бути особливо корисно в умовах COVID.

6. Чат-боти. Чат-боти – це ще одна з основних тенденцій гостинності, пов'язана із обслуговуванням клієнтів, що є особливо корисним для швидкого реагування на запитання в умовах недоступності персоналу. Так, чат-боти зможуть за лічені секунди відповісти на найважливіші питання, які виникатимуть у клієнтів.

7. Віртуальні тури. Віртуальна реальність посідає одне з найбільш захоплюючих напрямків гостинності, забезпечуючи потенційним гостям готелю чи відвідувачам ресторану можливість краще зрозуміти наявні можливості закладу.

8. Мобільна послуга реєстрації. Пропозиція послуги мобільного заселення є однією з найбільш корисних тенденцій гостинності для зменшення потреби в контакті від людини до людини, і це є особливо важливою концепцією в контексті пандемії COVID.

9. Місцевий колорит. Багато туристів або мандрівників хочуть відчути справжній колорит життя міста, яке відвідують. Готелі можуть пропонувати місцеві продукти. Більше того, туристичні агенти та туроператори

можуть допомогти мандрівникам взяти участь у місцевих заходах.

10. Здорова та органічна їжа та напої. Тенденції вживання здорової їжі та напоїв для ресторанів означає переробку меню з більш здоровими варіантами, включаючи безглютенові, безмолочні, з низьким вмістом жиру, вегетаріанські, веганські та органічні страви. Ця тенденція поширюється на готелі, послуги громадського харчування і на відпочинок, для обслуговування номерів, пропозиції здорових напоїв, що продаються за межами барів.

11. Екологічність. Приклади цього – від ресторанів, що рекламують їх вегетаріанські та веганські страви, до готелів, які використовують «економні лампочки» та «економне опалення» для економії енергії. У секторі розміщення також приймаються рішення щодо використання більш екологічних матеріалів.

12. Персоналізація. Все більша кількість гостей готелю хоче, щоб до них ставились як до людей, а не просто до чергового анонімного клієнта. У готелях повторним клієнтам може бути автоматично надано аналогічні послуги, також їх може особисто привітати співробітник після прибуття, використовуючи технологію GPS та данні бронювання.

13. Розумні готелі. Так, розумний готель може дозволити гостям керувати опаленням або кондиціонером зі свого телефону або увімкнути телевизор, віддавши голосову команду розумному динаміку. Розумні кімнати автоматично регулюють яскравість лампочок або температуру радіатора, щоб підтримувати оптимальні умови.

14. Штучний інтелект. Одним з прикладів є чат-боти на основі штучного інтелекту, які можна використовувати для взаємодії з клієнтами в Інтернеті, усуваючи тривалі

очікування та надаючи швидкі, розумні відповіді на запитання. Також можна використовувати для сортування даних, автоматичного внесення змін у процеси тощо.

15. Доповнена реальність. В останні роки доповнена реальність виникла як важливий маркетинговий інструмент, що дозволяє закладам гостинності змінити спосіб сприйняття споживачами середовища, в якому вони перебувають. Сьогодні міленіали є домінуючим поколінням споживачів, і вони частіше, ніж попередні покоління, використовують цифрові технології та купують такі послуги, такі як віртуальна реальність та пристрої доповненої реальності.

**Висновки.** В нових умовах господарювання головними чинниками виживання вітчизняних суб'єктів господарювання індустрії гостинності стала гнучкість і здатність швидко адаптуватися до умов ринку. До факторів, які істотно змінюють функціонування закладів гостинності в сучасних умовах, можна віднести підвищену увагу до заходів безпеки та гігієни, необхідність оптимізації бізнес-процесів, розвиток віртуальної і доповненої реальності, підвищена роль здорового та органічного харчування, розширення асортименту послуг та нових форматів закладів гостинності, розвиток доставки, орієнтація на екоскладову, зміна ставлення до мобільності, підвищені вимоги до персоналу. Дослідження говорять про посилення ролі цифровізації і міленіалов в її розвитку. Персоналізація сервісу готельно-ресторанних підприємств досяжна тепер не через особисте спілкування гостей з співробітниками, а через інформаційні технології і цифрову систему комунікацій, в т.ч. голосові сервіси, цифрові вивіски, чат-боти, роботу з біометричними даними для безконтактних форм взаємодії.

## TRENDS OF DEVELOPMENT OF DOMESTIC HOSPITALITY INDUSTRY IN COVID-19 CONDITIONS

**Olha Nikolaichuk** Ph.D. (Economics), Associate Professor, Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and trade, Department of Technology in Restaurant Industry, Hotel and Restaurant Business and Entrepreneurship, Tramvaina str, 16, Kryvyi Rih, Ukraine, 50005, e-mail: nikolaichuk@donnuet.edu.ua, ORSID: <https://orcid.org/0000-0002-7197-4713>

The COVID-19 pandemic has had a profound effect on all spheres of economic activity, the most significant of which has been in the global and domestic hospitality industry. The subject of research in the article is the domestic hotel and restaurant industry in terms of COVID-19. The purpose of the article is to assess the development trends of the domestic hotel and restaurant industry in modern conditions and identify key trends in its development. Research methods: analysis, synthesis, systematization, comparison, abstract-logical method. The following results were obtained: the activity of domestic enterprises of the hospitality industry in quarantine conditions is analyzed; low efficiency of financial results of activity and use of personnel for subjects of hotel and restaurant business is established; the main problems of development of hotel and restaurant business establishments in modern quarantine realities are revealed. Conclusions: studies of trends in the global and domestic hospitality industry have identified key trends and tendencies: increased attention to safety and hygiene measures, the need to optimize business processes, the development of virtual and augmented reality, the use of virtual tours, the increased role of healthy and organic food, optimization of organizational structure and costs (including departments of Food and Beverage, reception, etc.), expansion range of services and new formats of hospitality establishments, optimization of delivery, development of enterprises of the fast food segment, application of opportunities, franchising, use of local color, orientation to the eco-component, change of attitude to mobility, shift of accents from personal communication of guests with employees on communication by means of information technologies and digital



communication system, incl. voice services, digital signs, chatbots, work with biometric data for contactless forms of interaction.

**Keywords:** hospitality industry, temporary accommodation and catering, COVID-19, development trends.

## ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ COVID-19

**Николайчук Ольга Анатольевна**, канд.экон.наук, доцент, кафедра технологий в ресторанном хозяйстве, гостинично-ресторанного дела и предпринимательства, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского 50005, г. Кривой Рог, ул. Трамвайная, 16, e-mail: nikolaichuk@donnuet.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7197-4713>

Пандемия COVID-19 кардинально повлияла на все сферы экономической деятельности, существенным это влияние оказалось в мировой и визитной индустрии гостеприимства. Предметом исследования в статье является отечественная гостинично-ресторанная индустрия в условиях COVID-19. Целью статьи является оценка тенденций развития отечественной гостинично-ресторанной индустрии в современных условиях и определение ключевых трендов ее развития. Методы исследования: анализ, синтез, систематизация, сравнение, абстрактно-логический метод. Получены следующие результаты: проанализирована деятельность отечественных предприятий индустрии гостеприимства в карантинных условиях; установлено невысокую эффективность финансовых результатов деятельности и использования персонала для субъектов гостинично-ресторанного бизнеса; выявлены основные проблемы развития учреждений гостиничного и ресторанного бизнеса в современных карантинных реалиях. Выводы: исследование тенденций развития глобальной и отечественной индустрии гостеприимства позволило установить ключевые тренды и тенденции: повышенное внимание к мерам безопасности и гигиены, необходимость оптимизации бизнес-процессов, развитие виртуальной и дополненной реальности, использование виртуальных туров, повышенная роль здорового и органического питания, оптимизация организационной структуры и расходов (в частности департаментов Food and Beverage, ресепшн и др.), расширение ассортимента и новых форматов заведений гостеприимства, оптимизация доставки, развитие предприятий сегмента быстрого питания, применение возможностей, франчайзинга, использование местного колорита, ориентация на екоскладову, изменение отношения к мобильности, смещение акцентов с личного общения гостей с сотрудниками на общение с помощью информационных технологий и цифровой системы коммуникаций, в т.ч. голосовые сервисы, цифровые вывески, чат боты, работу с биометрическими данными для бесконтактных форм взаимодействия.

**Ключевые слова:** индустрия гостеприимства, временное размещение и организация питания, COVID-19, тренды развития.

## Література

1. Baum T., Hai N.T.T. Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *Int. J. Contemp. Hosp. Manage.* 2020. Vol. 32. P. 2397–2407
2. Breiera M., Kallmuenzerb A., Clausse T., Gastd J., Krause S., Tiberiusf V. The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management.* 2021. Vol. 92. Art. 102723.
3. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Інфраструктура ринку.* 2020. Вип. 42. С. 117-122.
4. Дишкантюк О.В., Потьомкін А.М., Власюк К.В. Індустрія гостинності та туризму в умовах covid-19: світова практика та українські реалії. *Причорноморські економічні студії.* 2021. Вип. 61 С. 11-17.
5. Корж, Н. В., Онищук, Н. В. Вплив пандемії covid-19 на готельну галузь. *Економічний простір.* 2020. №156, 140-143. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-25> (дата звернення: 11.06.2021)
6. Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Задоя В. О., Пікуліна О. В. Стратегічні напрями управління готельнохресторанним бізнесом в умовах кризи. *Економіка та держава.* 2021. №2. С. 19-23. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/2\\_2021/5.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/2_2021/5.pdf) (дата звернення: 11.06.2021)
7. Ринок готелів в Україні після карантину: ринок тільки починає відновлюватися. URL: <https://100realty.ua/uk/articles/rinok-goteliv-v-ukraini-pisla-karantinu-rinok-tilki-pocinae-vidnovluvatisa> (дата звернення: 11.06.2021)
8. Ресторанний бізнес: ринок в епоху COVID. URL: <http://bizrating.com.ua/20/articles/1328/index.html> (дата звернення: 11.06.2021)
9. Мало гостей і дуже жорсткі перевірки: як ресторанний бізнес пережив півроку карантину. URL: <https://delo.ua/business/kak-restorannyj-biznes-perezhil-pjat-mesjacev-ka-372150/> (дата звернення: 11.06.2021)
10. Гостиничний бізнес в Україні понес серйозні втрати из-за пандемии – отельеры. URL: <https://www.ukrinform.ru/rubric-tourism/3174594-gostinichnyj-biznes-v-ukraine-pones-sereznyye-ubytki-izza-pandemii-otelery.html> (дата звернення: 11.06.2021)
11. Обзор рынка отелей: как восстанавливаются гостиницы Украины. URL: <https://thepage.ua/real-estate/gostinichnyj-rynok-ukrainy-glavnye-trendy-za-1-polugodie-2020-goda> (дата звернення: 11.06.2021)
12. Николайчук О.А. Антикризове управління прибутковістю підприємств сфери гостинності в умовах covid. *Торгівля та ринок України.* 2020. Вип. 2 (48). С. 59-68.

13. Hospitality Trends: The Latest Trends in The Hospitality Industry. URL: <https://www.revfine.com/hospitality-trends/> (дата звернення: 11.06.2021)

### References

1. Baum T., Hai N.T.T. Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *Int. J. Contemp. Hosp. Manage.* 2020. Vol. 32. P. 2397–2407
2. Breiera M., Kallmuenzerb A., Clausse T., Gastd J., Krause S., Tiberiusf V. The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management.* 2021. Vol. 92. Art. 102723.
3. Balatska N.Yu. (2020). Restoranni biznes v umovakh pandemii koronavirusu: problemy ta napriamy transformatsii modelei rozvytku. [Restaurant business in the minds of the coronavirus pandemic: problems and direct transformation of development models]. *Infrastruktura rynku*, is. 42, pp. 117-122. [in Ukrainian]
4. Dishkantyuk O.V., Potomkin L.M., Vlasyuk K.V. (2021). Industriia hostynnosti ta turyzmu v umovakh covid-19: svitova praktyka ta ukraïnski realii. [The industry of hospitality and tourism in the minds of covid-19: practice and Ukrainian realities]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, is. 61, pp. 11-17. [in Ukrainian]
5. Korzh, N. V., Onischuk, N. V. (2020). Vplyv pandemii covid-19 na hotelnu haluz [Injection of the covid-19 pandemic into the hotel galuz]. *Ekonomichniy prostir*, no. 156, pp. 140-143. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-25> (Accessed 11 June 2021) [in Ukrainian]
6. Charkina T. Yu., Martsenyuk L. V., Zadoya V. O., Pikulina O. V. (2021). Stratehichni napriamy upravlinnia hotelnoxrestorannym biznesom v umovakh kryzy [Strategic direct management of the hotel and restaurant business in the minds of the crisis]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 2, pp. 19-23. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/2\\_2021/5.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/2_2021/5.pdf) (Accessed 11 June 2021) [in Ukrainian]
7. Rynok hoteliv v Ukraini pislia karantynu: rynek tilky pochynaie vidnovliuvatysia [Hotel market in Ukraine after quarantine: the market is just beginning to recover] Available at: <https://100realty.ua/uk/articles/rinok-goteliv-v-ukraini-pisla-karantynu-rinok-tilki-pocinaie-vidnovluvatysia> (Accessed 11 June 2021). [in Ukrainian]
8. Restoranni biznes: rynek v epokhu COVID [Restaurant business: the market in the COVID era]. Available at: <http://bizrating.com.ua/20/articles/1328/index.html> (Accessed 11 June 2021). [in Ukrainian]
9. Malo hostei i duzhe zhorstki perevirky: yak restoranni biznes Perezhyv pivroku karantynu [Few guests and very strict checks: how the restaurant business survived six months of quarantine] Available at: <https://delo.ua/business/kak-restorannyj-biznes-perezhyl-pjat-mesjacev-ka-372150/> (Accessed 11 June 2021). [in Ukrainian]
10. Hostynnychnyi byznes v Ukrainy pones serezhnye ubytky yz-za pandemyy – otelery [The hotel business in Ukraine has suffered serious losses due to the pandemic – hoteliers/] URL: <https://www.ukrinform.ru/rubric-tourism/3174594-gostinichnyj-biznes-v-ukraine-pones-serezhnye-ubytki-izza-pandemii-otelery.html> (Accessed 11 June 2021) [in Russian]
11. Obzor rynka otelery: kak vosstanavlyvaiutsia hostynnytsy Ukrainy [Overview of the hotel market: how hotels in Ukraine are restored]/ URL: <https://thepage.ua/real-estate/gostinichnyj-rynek-ukrainy-glavnye-trendy-za-1-polugodie-2020-goda> (Accessed 11 June 2021) [in Russian]
12. Nikolaichuk O. (2020). Anti-crisis management of profitability of hospitality enterprises in covid conditions [Anti-crisis management of profitability of hospitality enterprises in covid conditions]. *Torhivlia ta rynek Ukrainy*, no. 2 (48), pp. 59-68. [in Ukrainian]
13. Hospitality Trends: The Latest Trends in The Hospitality Industry. URL: <https://www.revfine.com/hospitality-trends/> (Accessed 11 June 2021)

Статтю отримано 13 квітня 2021 р.

Представлений матеріал раніше не публікувався і в інші видання не поданий.

## INTEGRATION OF UKRAINIAN INDUSTRY INTO THE GLOBAL VALUE CHAINS\*

**Kristina Stelmakh**

PhD in economics, scientific researcher  
SI "The Institute of Regional Research  
Named after M. I. Dolishniy of the NAS of Ukraine"  
Kozelnytska Str. 4, Lviv, 79026  
e-mail: stelmakhkristina@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6094-8790>

The paper examines the forming of global chains and defines the features of their forming on the example of machine-building enterprises. Outlining the integration of the Ukrainian industry into the global value chains is the subject of the research. The paper aims to develop the provisions regarding the establishment of global value chains in modern economic conditions. Many researchers argue that globalization has contributed to a kind of global economic optimization. The outbreak of COVID-19 causes the current economic recession and a simultaneous complete reorientation of global trade logistics. The analysis of the features of offshoring on the example of the functioning of industrial enterprises in the country is the task of the research. The forming of a reliable system of suppliers monitoring that also represents the importance of selecting supply specialists is a decisive factor. Based on the system analysis the paper determines that despite the availability of obstacles to the location of foreign capital in Ukraine, there are certain perspectives for the integration of industrial enterprises into the global value chains. The results of the research show that despite the current socio-economic condition, Ukraine is attractive for foreign investment due to significant return on capital investment compared to the respective economic activity types of European countries, favorable geographic position, and availability of cheap but skilled workforce. An efficient socio-economic development is impossible without the high technology and innovative activity of the country. Yet, political instability and a set of barriers to foreign investment attraction remain to be the key problem for socio-economic development.

**Key words:** global value chains, foreign investment, regions, offshoring, outsourcing, industry, machine building, automotive industry.

**General problem statement and its connection with important scientific and practical tasks.** Cross-border flows from investment in material production funds ceased growing in the second decade of the 21<sup>st</sup> century, and the trade dynamics weakened. Therefore, the study of the problems of the Ukrainian industry's integration into the global value chains requires more attention.

In this regard, the studies of Kaplinsky R., Morris M., Neurov I., Karpova T., Filipenko A., Filipenko V., Shih S., Moravcsik A., Volkova Y., Shambost E., Sheremetynska O., and Kulytskyi S. should be noted.

**The paper aims** to develop the provisions regarding the establishment of global value chains in modern economic conditions.

**Presentation of main research findings with complete substantiation of received scientific results.** A global value chain is the full range of activities which are required to bring a product or service from conception, through the different phases of production (involving a combination of

physical transformation and the input of various producer services), delivery to final consumers, and final disposal after use set of activities to develop products or services [1, p.4].

The term outsourcing means the use of external means [2, p. 156]. The ISO 9001:2000 standard provides that outsourcing is the process of transferring the non-core functions to be carried out by an external company. The long-term business links based on contract agreements between a company and an outsourcer are the main feature of outsourcing because the transferred function is the main type of activity for the outsourcer [3, 4].

Offshore outsourcing is the outsourcing with the participation of the outsourcing companies outside the customer country [3, p. 241].

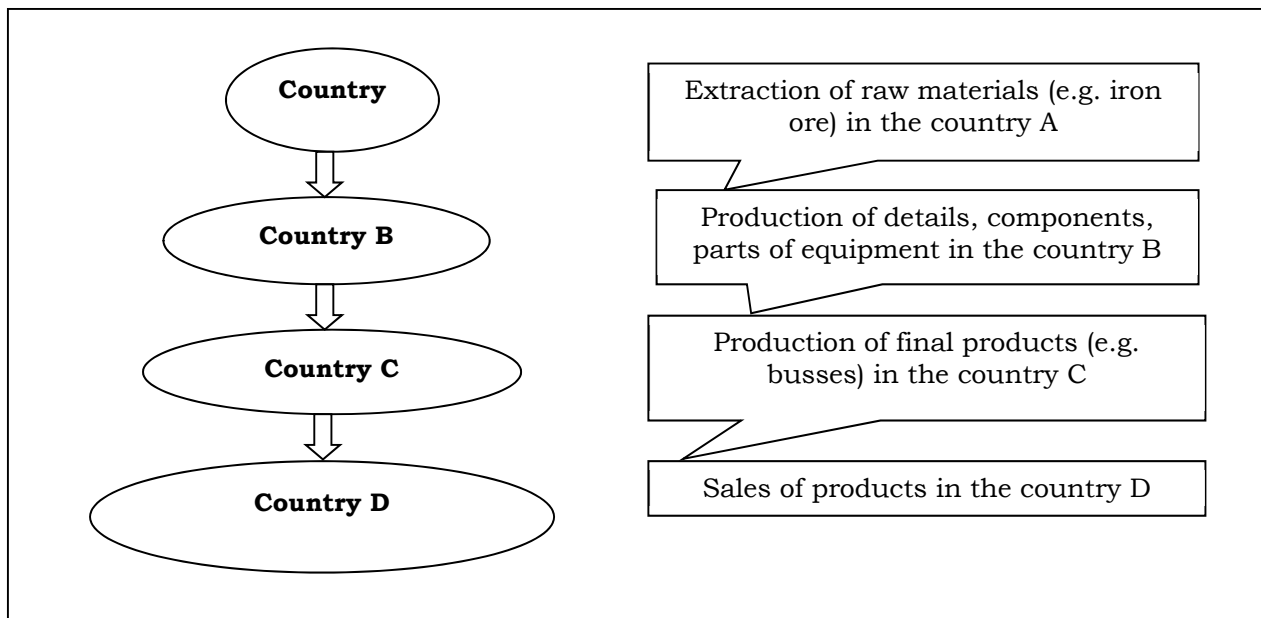
The difference between outsourcing and offshoring is that offshoring is related to foreign economic activity. Outstaffing is attracting specialists from an agency "B" not including them in the staff of a service customer. In other words, company "A" does not hire employees but rather

\* **Cite as:** Stelmakh, K. (2021). Integration of Ukrainian Industry Into the Global Value Chains, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism.* 13, 115-123. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-12>

works with a legal entity "B", which has the necessary specialists for the business in its staff. Fig. 1 provides the main principle of the functioning of global value chains in the production of machine-building equipment. It should be mentioned, that in early 2018 the company Beijing Electric Power Automatic became interested in opportunities to produce busses on the basis of Stryi Bus Factory.

According to the Association of Automotive Companies of Ukraine, the companies plan to ground the production on cooperation between the Chinese company and Ukrainian TOV "BEEM – Metalavtoprom".

Table 1 provides the list of partners of TDV "Stryi-Avto" that are included in global value chains.



\*Developed by the author

Fig. 1 Functioning of global value chains on the example of Stryi Bus Factory (TDV "Stryi-Avto")

Table 1

**TDV "Stryi-Avto" and partner countries included in global value chains**

Country A	Country B	Country C	Country D
Ukraine	Turkey, Poland	Poland	Poland, Germany

\* Developed by the author

Meanwhile, the development of global value chains is often described as a non-linear process that represents a kind of arc that is called the smiling curve. The first to describe the smiling curve was CEO of ACER Computer's Stan Shih in 1992. According to Shih, the main idea of the curve is that less value is created in production or assembling than in previous (research, innovative activity, design) and following stages (logistics, marketing, after-sale service). S. Shih argues that in the course of production (assembling), a company gains profit only due to manual labor, while the higher value is created by intellectual labor [5, p. 174].

Such integrating economic methods require systematization, harmonization, coordination, and unification of economic and social policies. Harmonization, on the one hand, stipulates that a state keeps its control over economic processes, while on the other hand – it requires adaptation

of national legislation to jointly developed legal and regulating principles. Harmonization and decentralization are justified until they balance the distribution and consumption of social benefits within the integration entity. Moreover, the processes are sensitive to competitive policy, which aims to strengthen the market environment in the integration space. Coordination means voluntary harmonization of certain areas of economic policy. Unification occurs at higher levels of economic integration. For example, in the European Union, it covers the monetary policy. The methods and tools of international economic integration do not remain unchanged. They transform in the process of deepening and diversification of integration entities. In particular, modern scientific literature addresses such issues as neo-functionalism that stipulates the growing role of national governments in the process of integration and

neo-institutionalism, when integration problems are solved at the supranational level by harmonization and development of joint economic policy [6, p. 9-11].

It is worth mentioning the theoretical generalizations of neo-functionalism representatives, primarily E. Haas. In addition to emphasizing the decisive role of political factor in the process of integration, namely as a factor of creating political communities [7], he also defines European integration as a quality process that cannot be equaled to international or intergovernmental cooperation.

Therefore, the UNCTAD Report (World Investment Report, WIR20) not only summarizes the COVID-19 impact on foreign direct investment but also outlines the future regarding the perspective development of the international production system in 2021-2030. The authors of the report try to suggest a comprehensive analytical basis to outline possible development ways and solutions in economic policy. 2030 is also a date of implementation of UN sustainable development goals. WIR20 emerges in a critical moment, making the evaluation of the impact of expected changes on foreign direct investment in the nearest future even more important. UNCTAD analyzes foreign direct investment and activity of

transnational corporations in the last 30 years. In this period, international cooperation has gone through twenty years of dynamic growth and then ten years of stagnation, which was bound to impact the forming of respective business models of enterprises. Each of the formed business models has its attributes. Generalizing the modern interpretations of business models, one can assume that they include the description of the value suggested by an enterprise to a group or groups of consumers in addition to determining main resources, processes, and external relations of the enterprise that serve the objective of value creation and securing the competitiveness of the enterprise in a certain sector and contribute to increasing its value. The most often mentioned attributes of a business model are the following:

- a company's position in the value chain;
- resources;
- relations with partners;
- offered goods;
- consumer value;
- sources of income;
- competitiveness strategy;
- clients (market position).

Fig. 2 presents the developed provisions regarding the arrangement of forming of global value chains in modern economic conditions.

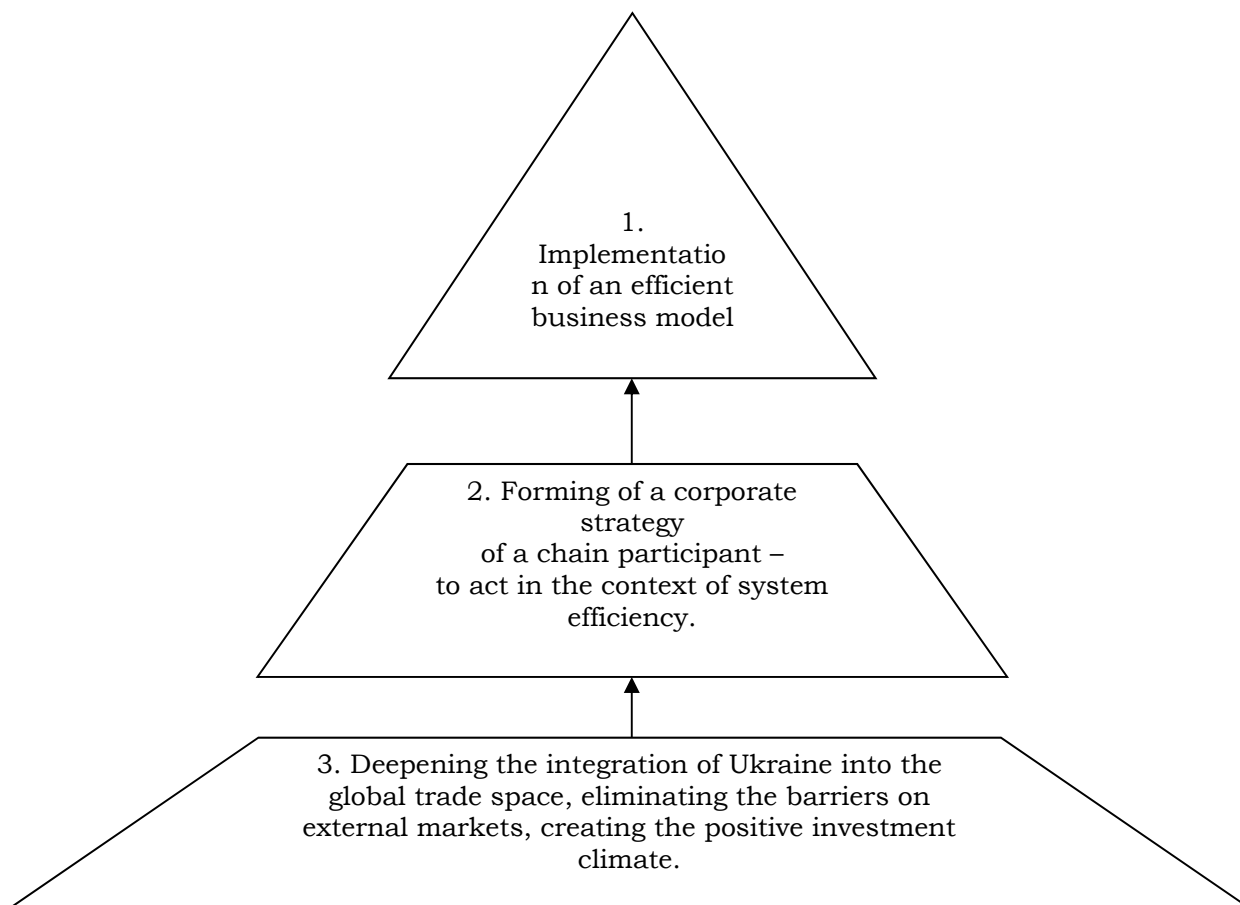


Fig. 2. Provisions regarding the arrangement of forming of global value chains in modern economic conditions  
\*Developed by the author based on: [1-15]

To efficiently implement the business model, the managers of a company, marketing, management, and finance departments should develop a single approach to the perspectives of conducting its production activity and forming of leading positions. At this stage, it is a question of producing competitive products because only the technology-intensive products can bring significant results in production. The respective human resources available at the enterprise are necessary to implement this business model.

In particular, the 2025 Technology-Intensive Sectors Development Strategy provides that international markets become increasingly accessible with the implementation of the EU-Ukraine Association Agreement and other trade agreements ratified by Ukraine. Yet, entrance to a foreign market is often a complicated task for business, so innovative enterprises require assistance, support, and qualified staff.

The second stage of forming the corporate strategy outlines the aspects of the enterprise's functioning considering globalization and its consequences, both positive and negative. The feature of this stage is the improvement of the existing business model, forming the global strategy for larger production volumes and increasing the production forces. It is peculiar to diversified companies, where top managers create a highly productive portfolio of economic departments and manage them; achieve a synergy of adjoining economic departments and turn it into a competitive advantage; define investment priorities and direct corporate resources to the most attractive business sectors.

An example is the strategy of General Motors. According to Strategies Journal, in 1932, its production had reduced by 72% compared to 1929, but the company did not go bankrupt. Moreover, it remained profit-making, although the profit had fallen from \$ 248 million in 1929 down to \$165 million in 1932. General Motors headed by Alfred Sloan turned out to be ready to face a crisis. And it's not that Sloan predicted the course of events in a pessimistic scenario although there were many negative prognoses in the mid-1920s, same as in the mid-2000s. The nature of the selected business model and corporate strategy was in the coordination of internal policy, organizational structure, and administering decentralization.

The political instability of Ukraine is a negative factor on the way to forming and functioning of not only global value chains but also forming of international economic image of the country. The failures of socio-economic transitions that have caused, among other problems, the growing socio-economic differentiation of regions brought the task of searching for new tools of efficient reforming from the background.

Therefore, deeper integration of Ukraine into the global trade space, elimination of barriers at

external markets, and creation of positive investment climate open the opportunities, which the developed and developing countries should use to their advantage because there is a dependence between the growing participation of countries in global value chains and growing GDP. There are two new types of chains: value chains driven by consumers and chains driven by producers. The difference is important because the dynamics of relations and connections they generate differ.

Global value chains faced serious blows of the COVID-19 crisis. Meanwhile, the virus is not the only factor of these radical changes. The crisis caused by pandemics has contributed to previous powerful challenges faced by the transnational production system due to the new industrial revolution, existing economic nationalism, and the need to secure sustainable development.

IMF Managing Director Kristalina Georgieva has stated that the consequences of coronavirus for the global economy will depend mainly on how long it lasts in China as well as possible spread to other countries because the long-lasting and more serious outbreaks will lead to the sharp and lingering decline of economic growth in China. Global negative effect will be aggravated by more serious failures in supply chains [8].

The so-called "innovation offshoring" has been gaining increasing popularity. It stipulates the attraction of qualified staff from less developed countries like South Africa, India, China, Brazil, Russia, and Ukraine to R&D.

Therefore, offshoring launched in the late XX century has developed and expanded as an opportunity for large corporations to focus on the search for "cheap" labor. Meanwhile, each company had individual reasons to approach this practice and acted according to its own strategy of outsourcing abroad at their own risk.

By its nature, offshoring is the display of comparative advantages combined with all profits and losses of such process. In such a way, a country that provides the services wins at the expense of the other country that offshores the services due to jobs creation and investment attraction. According to World Bank estimations, G7 countries will lose 1-5% of jobs. Some researchers argue that the USA will have lost about 4 million jobs in services by 2022. While the loss of capital and money laundering are related to a group of traditional offshore jurisdictions, the offshore services are mostly concentrated in several countries (over 70% of the market accounts for Ireland, India, Canada, and Israel; the share of Central and Eastern European Countries, including Ukraine, is growing fast).

Offshore zones are nongovernmental financial centers that provide a significant amount of credit and funding in currencies of other countries. Their characteristics are the following:

- lenient monetary legislation that protects the interests of investors not imposing excessive

restrictions on financial institutions (low taxes, minor state interference);

- conducting foreign exchange and credit operations usually in foreign currency;

- legal assumption on currency sales when the official exchange rate is lower than the market one, and vice versa, currency purchase when the official exchange rate exceeds the market one;

- simplified taxation (usually the income tax in the off-shore jurisdictions is actually either absent or less than 1-2% or in most cases, the companies registered in these countries (but operating in other countries) do not pay any taxes except for annual fee regardless of gained profits) [9].

For example, the NASA Space Flight Center in Wallops (Virginia, USA) successfully launched on 17 November 2018 the Antares launch vehicle. The first-stage core of the launch vehicle was developed by the State Institution "Design Bureau "Pivdenne" and manufactured by the Production Association "Pivdenmash" in cooperation with Ukrainian companies "Hartron-ARKOS" (Harkiv), "Kyivprylad", "Hartron-YCOM" (Zaporizhzhya), "CHEZARA", "RAPID" (Chernihiv), etc. It was the ninth launch of Antares accomplished by the contract with NASA. On 17 April 2019 at 11:46 P.M. Kyiv time, Antares was successfully launched the tenth time and was supported from the Design Bureau "Pivdenne" facilities online. The project is an example of the cooperation of companies in the space sector of Ukraine in international space projects, consistent foreign economic activity, and the good position of the Ukrainian rocket and space industry on the global space market [10].

IT-outsourcing and outsourcing of business processes are the dominating directions on the outsourcing market. These types of services outsourcing in Ukraine are the most attractive for private capital. In 2013, the largest share accounted for the contracts in IT-outsourcing – 68.40 %, while 31.6% - for the outsourcing of business processes. The number of IT-outsourcing contracts had grown by 8 %, while that of the business processes had fallen by 9 %. The cost of contracts had declined for both types: IT-outsourcing by 8 % down to \$ 13.5 billion and business processes - by 37 % down to \$5.2 billion (11 The Global ISG Outsourcing Index, 2013) [11].

The analysis of investment dynamics in 2012-2019 shows that off-shore companies from about 40 jurisdictions operate in Ukraine, yet Cyprus is the most popular. Over 90% of investment from Ukraine to other countries is the investment to this island country [12].

The second position by the volumes of investment is occupied by the Shell Companies that belong to American investment in Delaware, Wyoming, etc. For Shell Companies, Ukraine is the country with substantial economic capacity, therefore, the activity is mostly related to the construction and exploitation of the petrol stations network and sales of fuel and lubricants. As a

partner for Ukraine, Shell Companies are trying to develop mutually advantageous relations with Ukrainian companies to help improve the energy independence of the country, search for and develop the not easily accessible hydrocarbons, provide high-quality goods to customers, introduce advanced technologies, and encourage innovations [13].

Large corporations operating in the global competition system now have access to technologies as the major strategic asset and economic product – knowledge and development of intellectual capital. It is worth mentioning that technologies do not bring value by themselves. The technology at an enterprise cannot be considered isolated from organizational, economic, and social processes. The impact of technologies is related, in particular, to:

- improvement of products (new products with new functions, higher quality and reliability, less production cost) and modernization of their life cycles (replacement of the products by new generations based on more advanced technologies);

- improvement of design and production processes (reduced design cycle and achievement of complete production power, quality improvement, production cost reduction, production flexibility expansion);

- establishment of logistics processes and efficient trade reaction to the needs of consumers (e-data exchange, flow distribution without the storage of supplies at the intermediary warehouses, management decentralization);

- promotion of the efficiency of business processes (information technologies contribute to quicker determining the market opportunities, data exchange at any distance, unification of management tools)

- prevailing software, comprehensive decentralization of managerial decisions);

- knowledge development and standardization of educational processes (preparation of workforce for the use of advanced technologies, unification of control, organizational, and program decisions as a condition of technology use, organizational training, changes in organizational culture).

Cyprus remains the major investor in Ukraine. It is worth mentioning that the share of investment in the offshore jurisdiction, namely the Virgin Islands, is insignificant (about \$57 million, i.e. less than one percent).

Therefore, it can be concluded that almost all investment from Ukraine is directed into the offshore territories. The situation remains relatively consistent in the entire period under research and ranges within 88% - 94% regardless of the growing investment in foreign countries and in the mentioned offshore territories in general [14].

Table 2 shows the major export and import partners of Ukraine and border regions in 2019.

Table 2

## Main foreign trade partners of Ukraine and border regions in 2019

Border region	Export	Import
<b>Lvivska oblast</b>	Poland, Germany, Czech Republic, Denmark, Slovakia.	Poland, Germany, China, Russia.
<b>Zakarpatska oblast</b>	Hungary, Germany, Austria, Slovakia, Poland.	China, Germany, Czech Republic, Hungary.
<b>Volynska oblast</b>	Germany, Russia, Hungary, Poland, Kazakhstan.	Germany, Hungary, Poland, France, Russia, the Netherlands.
<b>Ivano-Frankivska oblast</b>	Romania, Slovakia, India, Poland, Czech Republic, Turkey, Italy.	Russia, Germany, Belarus, Poland, China, Romania, Italy.
<b>Chernivetska oblast</b>	Romania, Poland, Germany, Turkey, Belarus.	Romania, Poland, Germany, Turkey, China.
<b>Ukraine</b>	Poland, Germany, Italy, Turkey, Russia, India.	Germany, Poland, Italy, Belarus, Russia, China.

\*Developed by the author based on: [1]

Lately, the role of Poland as one of the major foreign trade partners of Ukraine has increased, partially outcompeting Russia. Yet, there are problems in forming efficient foreign trade relations, including the low diversification of the trade structure of Ukrainian export. For example, import of ideas, technologies, and

know-how, exploitation of global demand secures the deep and elastic market for the products from the USA, China, and Germany [17].

The Table 3 shows the growth of goods export and import across oblasts and in the country each two years.

Table 3

## Goods export and import growth in 2010 - 2019, %

Oblast/country	Export 2010	Import 2010	Export 2012	Import 2012	Export 2014	Import 2014	Export 2016	Import 2016	Export 2019	Import 2019
<b>Lvivska</b>	122.7	125	111.8	105.3	101.1	93.1	105.7	117.4	116.2	114
<b>Zakarpatska</b>	123.7	141.5	99.1	100.6	106.4	84.1	110.7	112.1	89.8	97.1
<b>Volynska</b>	136.3	133.6	93.7	95.8	109	70.3	96.9	181.8	96.4	106.4
<b>Ivano-Frankivska</b>	151.1	254.5	87.2	92.1	103.4	83.3	153.8	137.9	104.6	100
<b>Chernivetska</b>	86.8	108.3	91.5	107.3	103.1	70.5	110.2	122.2	106.9	149.4
<b>Ukraine</b>	129.6	133.7	100.6	102.5	86.5	71.8	95.4	104.6	105.8	106.3

\*Developed by the author based on: [1]

While goods import in Ukraine generally exceeds export, the goods export of Ivano-Frankivska and Chernivetska oblasts mostly exceeds import, yet, in 2018, the exports haresin the total goods export of Ukraine are 1.8 % and 0.4 %, respectively. The distinctive feature of export in the selected oblasts is that the share of export and import of machines, equipment and mechanisms and electrical equipment prevail here, except for Chernivetska oblast. Regarding the goods import structure of Ukraine (prevailing share of mineral products) and border regions, it is worth emphasizing that the import of Zakarpatska and Ivano-Frankivska oblasts is mostly represented by machines and equipment, Lvivska and Volynska oblasts – by mineral products, and Chernivetska oblast-by textile materials and textile products.

Ukraine maintains close relations with European Union in service exchange. Thus, in

2013, the foreign services trade balance was negative but, in 2014, export considerably exceeded import. A significant reduction of services exchange volumes was observed in 2015. The services trade balance also reduced and was \$ 177.8 mln in 2015. Due to the EU-Ukraine Association Agreement and freetrade are azone coming into force as of 1 January 2016, the research of foreign trade relations trends is getting importance. The positive trends were observed in 2016 because the services export volume and foreign trade in services balance were growing substantially. In general, there was a slight fall in the export and import of services in Ukraine in 2012 - 2017 (by 21.2 % and 18.7 %)and services export growth almost twice in border regions. Significant growth in services growth was peculiar to Zakarpatska and Chernivetska oblasts (292.2 % and 160.4 %). Zakarpatska oblast also leads by services export per capita, which was \$ 204.2 in 2017.



The dynamics of goods and services export testifies to the growing level of export orientation of the Ukrainian economy. Similar trends are peculiar to border oblasts. Lvivska oblast is the leader by the share in services export of border regions with a 44.8 % rate in 2012 and 48.8 % in 2017. The strongest growth was observed in Zakarpatska oblast, where the export orientation level reached 55.38 % in 2017, exceeding the level of all oblasts not only in the Western Region but also in Ukraine in general.

The services export structure remained almost unchanged in 2019: transport services (about 50%), material resources processing (about 20%), telecommunication, computer, and information services (about 15 % of the total export services in Ukraine). Regarding the services import, the share of transport services amounts to about 25%, tourism services - 20%, public and governmental services - 10.4%. The positive balance of foreign trade in services of border regions in 2010 - 2019 and its growth testify to a considerable increase of the export capacity of the analyzed Ukrainian oblasts in the foreign trade in services.

Mostly, about ten world leaders by the volume of export secure almost 50% of export. Therefore, there is a trend towards the geographic concentration of export. Ukraine's share in the global export of goods is less than 1%. In 2019, over 200 countries were the foreign trade partners of Ukraine: Russia, China, Poland, Italy, Germany, India, Hungary, Belarus, USA, Turkey, France, Czech Republic, Sweden, Switzerland, and Austria. It is worth mentioning that lately, the EU has become the main partner for Ukraine because almost 50 % of goods and services are exported to Europe.

Before the events of 2013, Russia's market was the major export partner of Ukraine. Some share of Ukrainian machine-building companies found themselves in Ukrainian territories occupied by Russia, so the rates of domestic machine-building export have reduced.

The following are the problems of the foreign trade relations:

- restrained processes of structural reconstruction of the domestic economy, high level of import dependence, and technological retardation of production that prevent strategic position in domestic producers on foreign goods

and services markets in compliance with the national interests;

- high level of goods concentration of export and import operations that cause high sensitivity of economic system to slight fluctuations of foreign markets;

- deformation of goods structure of import and export and their unbalanced nature that testifies to the need to take urgent steps towards the forming of a target system of public regulation measure and the stimulation of the foreign economic activity to overcome the accumulated economic problems of the country in general.

**Conclusions, reflections, and prospects for future research.** It is impossible to completely stop the globalization processes, especially nowadays, in times of pandemics. Yet, certainly, we will wake up in an entirely different global economic and geopolitical system. The geographic structure of raw materials and semi-finished products supply will certainly change slightly. It is related, among other things, to the relationship between European and Chinese economies - the virus has definitely shown strong dependence on the Chinese role in European value chains. For example, European production of certain products from the "white economy" sector like protective masks, costumes, medical equipment and materials is growing. The question is whether the changes will take place for certain and how long it will take, or whether these are only political claims generated by current problems in the functioning of global value chains. However, these value chains will be restored due to the growth of the European economy. The course of development of strategic economic sectors will possibly change. In these conditions, Ukraine can be the winner but it is important to reform the strategic economic sectors in the first place because we remain to be the country of raw materials export.

Pandemics is a kind of lesson for the creators of socio-economic life but it also opens some perspectives and changes understanding that a person lives not only by means of new technologies. Although, for sure, they help communicating or, for example, distance learning. Yet, nowadays, under the impact of social pressure, we will focus more on reforming the military-industrial complex, healthcare, search for a vaccine, and overcoming the COVID-19 consequences.

## **ІНТЕГРАЦІЯ ПРОМИСЛОВІСТІ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ**

**Стельмах Христина Петрівна**, канд. екон. наук, науковий співробітник ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України, 79026, м. Львів, вул. Козельницька, 4, e-mail: stelmakhkristina@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6094-8790>

У статті досліджено формування глобальних ланцюгів доданої вартості, визначено особливості їх формування на прикладі машинобудівних підприємств. Предметом дослідження в статті є окреслення інтеграції промисловості України у глобальні ланцюги доданої вартості. Мета полягає у розробці положень щодо налагодження формування глобальних ланцюгів доданої вартості в сучасних економічних умовах. Безліч вчених стверджують, що глобалізація дала можливість своєрідної оптимізації світової економіки.

Власне, спалах «COVID-19» спричиняє поточний економічний спад і одночасно повну переорієнтацію логістики світової торгівлі. Завданнями є дослідження особливостей офшорингу на прикладі функціонування промислових підприємств нашої країни. Визначальним є формування надійної системи моніторингу постачальників, яка також відображає вагомість вибору спеціалістів із постачання. За допомогою системного аналізу визначено, що при переважній наявності бар'єрів для розміщення іноземного капіталу в Україні існують певні перспективи інтеграції промислових підприємств у глобальні ланцюги створення вартості. За результатами дослідження, попри наявне соціально-економічне становище, Україна є привабливою для іноземного інвестування через значну віддачу від капітальних вкладень, ніж у відповідних видах економічної діяльності Європейських країн, вигідне геополітичне положення, наявність дешевої і водночас кваліфікованої робочої сили. Ефективний соціально-економічний розвиток не можливий без сектору високих технологій та інноваційної діяльності країни. Проте, політична нестабільність та сукупність бар'єрів щодо залучення іноземних інвестицій залишаються ключовими проблемами на шляху соціально-економічного розвитку.

**Ключові слова:** глобальні ланцюги доданої вартості, іноземні інвестиції, регіони, овшоринг, аутсорсинг, промисловість, машинобудування, автомобілебудування.

### ИНТЕГРАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ В ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦЕПОЧКИ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ

**Стельмах Кристина Петровна**, канд. экон. наук, научный сотрудник ГУ «Институт региональных исследований им. М. И. Нижнего НАН Украины, 79026, г. Львов, ул. Козельницкая, 4, e-mail: stelmakhkristina@gmail.com, ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6094-8790>

В статье исследовано формирование глобальных цепочек добавленной стоимости, определены особенности их формирования на примере машиностроительных предприятий. Предметом исследования в статье является определение интеграции промышленности Украины в глобальные цепочки добавленной стоимости. Цель заключается в разработке положений по налаживанию формирования глобальных цепей добавленной стоимости в современных экономических условиях. Множество ученых утверждают, что глобализация дала возможность своеобразной оптимизации мировой экономики. Собственно, вспышка «COVID-19» вызывает текущий экономический спад и одновременно полную переориентацию логистики мировой торговли. Задачами в статье есть исследование особенностей офшоринга на примере функционирования промышленных предприятий нашей страны. Определяющим аспектом сегодня есть формирование надежной системы мониторинга поставщиков, которая также отражает значимость выбора специалистов по снабжению. С помощью системного анализа определено, что при подавляющем наличии барьеров для размещения иностранного капитала в Украине существуют определенные перспективы интеграции промышленных предприятий в глобальные цепочки создания стоимости. По результатам исследования, несмотря на имеющуюся социально-экономическую ситуацию, Украина однозначно привлекает инвесторов из-за значительной отдачи от капитальных вложений, чем в соответствующих видах экономической деятельности европейских стран, выгодное геополитическое положение, наличие дешевой и одновременно квалифицированной рабочей силы. Эффективный социально-экономическое развитие невозможно без сектора высоких технологий и инновационной деятельности страны. Однако, политическая нестабильность и совокупность барьеров по привлечению иностранных инвестиций остаются главными проблемами на пути социально-экономического развития.

**Ключевые слова:** глобальные цепочки добавленной стоимости, иностранные инвестиции, регионы, овшоринг, аутсорсинг, промышленность, машиностроение, автомобилестроение.

---

### Література

1. Kaplinsky R., Morris M. A handbook for Value Chain Research / The International Development Research Centre, 2001. 109 p. URL: <http://www.prism.uct.ac.za/Papers/VchNov01.pdf>
2. Неуров І. Аутсорсинг закупівель: світовий досвід і вітчизняні перспективи. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2009. № 640. С. 155-162.
3. IT-pulse. Обслуживание компьютеров. URL: <http://www.it-pulse.com.ua/informaciya-2.html>.
4. Карпова Т. Аутсорсинг как эффективный способ взаимодействия малых и крупных предприятий и его роль в повышении конкурентоспособности малых предприятий. *Научовий вісник: Фінанси, банки, інвестиції*. 2012. № 3. С. 94-96.
5. Shih S. Me-too is not my style: Challenge difficulties, break through bottlenecks, create values / S. Shih // Taipei : The Acer Foundation, 1996. 247 p.
6. Filipenko, A. and Filipenko, V., "The Theory of International Economic Integration", *Naukovyj visnyk Skhidnoievropejs'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrainky. Mizhnarodni vidnosyny*. 2013. vol. 10. pp. 4-12.
7. Moravcsik A. Europe's Integration at Century's End / A. Moravcsik // *Centralization or Fragmentation? Europe Facing the Challenges of Deepening, Diversity and Democracy*. – New York : Council on Foreign Relations, 1998.
8. : Укрінформ. Мультимедійна платформа. URL: <https://www.ukrinform.ua>

9. Волкова Ю.О., Розвиток офшорних центрів у системі міжнародного бізнесу. Формування ринкових відносин в Україні, 2008. № 1. С.43-48.
10. Укрінформ. Мультимедійна платформа. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2877494-ukrainskoamerikanska-raketa-antares-vivela-v-kosmos-korabel-z-vantazem-dla-mks.html>
11. The Global Outsourcing Report URL: [https://www.markminevich.com/pdf/WB\\_FINAL.PDF](https://www.markminevich.com/pdf/WB_FINAL.PDF)
12. Шамбост Е. Енциклопедія офшорних зон: посібник для магістерських курсів університету Економіки. Москва; МГУ. 2008.
13. Офіційний сайт групи компаній «SHELL». URL: <https://www.shell.ua>
14. Шереметинська О., Савчук І. Вплив офшорних зон на економіку України. *Економічний простір*. 2016. № 105. С. 58-66.
15. Кулицький С. Сучасний етап розвитку оборонно-промислового комплексу і виробництва продукції подвійного призначення в Україні. *Україна: події, факти, коментарі*. 2018. № 5. С. 54–69.

### References

1. Kaplinsky R., Morris M. (2001) A handbook for Value Chain Research. The International Development Research Centre. Available at: <http://www.prism.uct.ac.za/Papers/VchNov01.pdf>
2. Neurov I. (2009) Outsorsynh zakupivel: svitovyi dosvid i vitchyznyani perspektivy [Outsourcing of purchase: global experience and domestic perspectives]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika"* [Bulletin of the National University "Lviv Polytechnics"], no 640, pp 155-162.
3. IT-pulse. Obsluzhyvanie kompyuterov [IT-pulse. Computer service] (2021). Available at: <http://www.it-pulse.com.ua/informaciya-2.html>.
4. Karpova T. (2012) Outsorsing kak effektivnyi sposob vzayemodeistviya malyh i krupnyh predpriyatiy eho rol v povyshenii konkurentosposobnosti malyh predpriyatiy [Outsourcing as an efficient way to interact between small and large companies and its role in the growing competitiveness of small companies]. *Naukovyi visnyk: Finansy, banky, investytsiyi* [Scientific Bulletin: Finance, Banks, Investment], no № 3. pp. 94-96.
5. Shih S. (1996) Me-too is not my style: Challenge difficulties, break through bottlenecks, create values . Taipei : The Acer Foundation .
6. Filipenko, A. and Filipenko, V., (2013) The Theory of International Economic Integration, *Naukovyj visnyk Shkhidnoeuropskoho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrainky* [Scientific bulletin of Lesya Ukrayinka Eastern European University]. *Mizhnarodni vidnosyny* [International relations], vol. 10. pp. 4-12.
7. Moravcsik A. (1998) Europe Facing the Challenges of Deepening Diversity and Democracy. New York : Council on Foreign Relations.
8. : Ukrinform.. Available at: [tps://www.ukrinform.ua](https://www.ukrinform.ua)
9. VolkovaY.O (2008) Rozvytok ofshornyh tsentriv u systemi mizhnarodnoho biznesu [Offshore centers development in the system of international business]. *Formuvannya rynkovyh vidnosyn v Ukrayini* [Market relations forming in Ukraine], no 1., pp. 43-48.
10. Ukrinform. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2877494-ukrainskoamerikanska-raketa-antares-vivela-v-kosmos-korabel-z-vantazem-dla-mks.html>
11. The Global Outsourcing Report URL: [https://www.markminevich.com/pdf/WB\\_FINAL.PDF](https://www.markminevich.com/pdf/WB_FINAL.PDF)
12. Shambost E. (2008) Entsyklopediya ofshornyh zon: posibnyk dlya mahisterskyh kursiv Universytetu ekonomiky [Offshore zones encyclopedia: handbook for masters courses in the Economy University]. Moskva: MGU [Moscow: MGU].
13. Ofitsiynyi sayt hryou kompaniy SHELL [Official website of the SHELL company group]. Available at: <https://www.shell.ua>
14. Sheremetynska O., Savchuk I. (2016) Vplyv ofshornyh zon na ekonomiku Ukrayiny [Offshore zones' impact on Ukrainian economy]. *Ekonomichnyiprostir* [Economicspace], no 105, pp 58-66.
15. KulytskyiS. (2018) Suchasnyi etap rozvytku oboronno-promyslovoho kompleksu i vyrobnytstva produktsiyi podviynoho pryznachennya [Modern condition of military-industrial facilities and production of dual-use items]. *Ukrayina: podiyi, fakty, komentari* [Ukraine: events, facts, comments], no 5, pp 54–69.

Статтю отримано 15 лютого 2021 р.

## ЦИФРОВІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ СПОЖИВЧОГО РИНКУ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ\*

Чміль Г.А.

кандидат економічних наук, доцент  
Харківський державний університет харчування та торгівлі  
вул. Клочківська, 333, м. Харків, 61051  
e-mail: hannachmil@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3703-9940>  
Scopus Author ID: 57211214737

Статтю присвячено процесу цифровізації в діяльності суб'єктів споживчого ринку на сучасному етапі, а також стану та розвитку цифрової трансформації. Доведено, що імплементація цифровізації розширює можливості нових форматів організації та управління діяльності суб'єктів споживчого ринку, а також впливає на рівень їх економічного зростання, конкурентоздатність за умов цифрової грамотності та компетенцій за прийняття іт-рішень. Визначено та узагальнено характерні ознаки цифровізації (економічна суть, призначення, цілі, принципи, елементи, трендові цифрові продукти) для успішного використання сучасних інформаційних продуктів в усіх сферах діяльності. Процес цифровізації слід розглядати з позиції держави (національний рівень), підприємств та установ (підприємницький сектор) та населення (громадський сектор). Розкрито широкий спектр можливостей цифровізації, що дозволяє: побудувати прозору цифрову державу за умов розвитку та активізації ІТ-можливостей; збільшити ВВП в усіх сферах діяльності; створити нові види продукції, підвищити продуктивність технологічного процесу при використанні робототехніки та сенсоріки; посилити комунікаційні зв'язки підприємства зі стейкхолдерами; активізувати таргетинг; використовувати дистанційні форми праці; знайти нові ринки для просування продукції та товарів; створити комфортні умови для населення для здійснення он-лайн замовлень, послуг та фінансових розрахунків тощо. Здійснення трансакційних операцій, зберігання інформації у цифровому просторі призводить до активізації та поширення протизаконних дій, створюючи загрози економічній безпеці підприємств. Розглянуто можливі негативні наслідки широкого використання інформаційно-комунікаційних технологій державою, підприємствами, суспільством, що дозволило розробити модель загроз економічній та інформаційній безпеці суб'єктів ринку та фільтрів їх нейтралізації в умовах цифрової трансформації. В процесі цифровізації суб'єктами споживчого ринку рекомендовано використовувати організаційно-правові та технічні фільтри нейтралізації загроз, які забезпечать економічну та інформаційну безпеку підприємств та суспільства.

**Ключові слова:** цифровізація, інформаційно-комунікаційні технології, економічна безпека, інформаційна безпека, загрози, можливості, суб'єкти споживчого ринку, кіберзлочини.

**Постановка проблеми.** Активність сучасних суб'єктів господарювання на внутрішніх ринках споживання країни, їх прогресивний розвиток та стимулювання до підвищення ефективності економічних взаємовідносин знаходиться під впливом процесів цифровізації, які стрімко поширюються в усіх сферах суспільства. Імплементація цифровізації в економічній системі підприємств значно розширює можливості нових форматів організації та управління діяльності суб'єктів споживчого ринку, а також впливає на рівень їх економічного зростання,

конкурентоздатність за умов цифрової грамотності та компетенцій відповідальних осіб за прийняття господарських та іт-рішень. Орієнтиром в здійсненні процесів економічної взаємодії суб'єктів ринку в умовах трансформації економічної системи повинна бути Концепція Індустрія 4.0, що спрямована на широке використання інформаційних технологій споживачами сегменту ринку, перехід у цифровий формат та підключення до Інтернету усіх об'єктів господарської діяльності (матеріальні, фінансові, трудові ресурси, бізнес-процеси, великі масиви обліково-аналітичної інформації) для обміну

\* *Cite as* Chmil, H. Digitalization of Consumer Market Entities Activity: Opportunities and Threats, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 124-134. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-13>

даними та комунікації. Дотримання даної Концепції призведе до зручності здійснення операцій з боку бізнесу, держав та споживачів (продаж товарів через соціальні мережі та маркетплейси, розрахунки за товари та послуги при використанні он-лайн платежів, розрахунки через електронні кабінети платників податків, організація дистанційної роботи на платформах IT тощо), скорочення часу на їх виконання, зменшення потреби у використанні людських ресурсів. Однак, нові цифрові технології можуть привести до різних сценаріїв поведінки суб'єктів ринку, звісно, прогресивних, які призведуть до оптимізації бізнес-процесів за умов збереження якості обслуговування споживачів та зростання досягнень, так і виникнення непередбачених подій, які можуть вплинути на дестабілізацію діяльності суб'єктів господарювання через вплив зовнішнього та внутрішнього середовища. Тому виникає необхідність у дослідженні теоретико-методичних питань щодо можливих сценаріїв поведінки суб'єктів ринку в умовах цифрової трансформації економіки України та попередження загроз в процесі застосування складових цифровізації бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Перспективам розвитку процесу цифровізації присвятили свої дослідження зарубіжні науковці, зокрема, О. Мерло, А.Б. Ейсінгерич [3]; А. Сендіз [4]. Процес цифровізації в контексті правової політики та моделювання кіберзлочинності розглядається українськими вченими О.М. Вінник [8]; І.І. Ніколіною, І.О. Гуліватою [12]. Теоретико-методичні засади економічної взаємодії суб'єктів споживчого ринку в умовах цифрової трансформації економіки України є основою наукових досліджень О.А. Баранова [7]; А.В. Дзюбіної, К.О. Копець, Г.Р. Дзюбіної [10]; Н.М. Краус [11]; М.В. Руденко; О.Ф. Сенкевич [20] та інші [2; 5; 15–19]. Визнаючи вагомий внесок науковців, слід зазначити недостатність опрацювання організаційних аспектів поведінки суб'єктів ринку в умовах трансформації економічної системи, що потребує подальшого наукового дослідження.

**Метою статті** є обґрунтування актуалізації цифрової трансформації діяльності суб'єктів ринку, дослідження можливостей і загроз впливу цифровізації на поведінку суб'єктів ринку та підготовки рекомендацій для посилення економічної та інформаційної безпеки держави, підприємств та суспільства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Розвиток цифрової економіки в Україні сьогодні здійснюється відповідно до

Цифрової адженди України – 2020, яка є первинним документом для суб'єктів споживчого ринку в контексті використання цифрових технологій [22], та розробленої Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки [13], які стали мотивом для створення Концепцій розвитку цифрової грамотності жителів міст України (розрахована до 5 років). Також відповідно до Плану виконання Угоди про Асоціацію з Європейським Союзом, основним завданням Міністерства цифрової трансформації України є побудова сфери відкритих даних в Україні (вже сьогодні сервісами на основі відкритих даних користується від 1,5 до 5 мільйонів українців), яка виступає важливою компонентою цифрової трансформації економіки. Поставлені завдання та цілі можна реалізувати шляхом поширення в усіх сферах діяльності процесу цифровізації (з англ. digitalization), який передбачає впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у діяльність органів державного управління, функціонування економічного об'єкта, ринку праці, освіти, суспільства тощо. Узагальнена характеристика процесу цифровізації як інструменту підвищення ефективності та конкурентоздатності економіки України надана в табл. 1.

Виходячи зі змісту та характерних ознак процесу цифровізації зазначимо, що для успішного розвитку означеного процесу на внутрішніх ринках споживання необхідно мати:

- затвердені норми та права суб'єктів споживчого ринку, що працюють при використанні новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, на законодавчому рівні;

- вільний доступ суб'єктів споживчого ринку до мережі Інтернет для здійснення господарських процесів в залежності від сфери діяльності (створення багатоканальних моделей);

- розвинуті телекомунікаційні зв'язки між суб'єктами споживчого ринку в розширеному інформаційному середовищі;

- дистрибуція товарів через Інтернет.

Процес цифровізації має свої характерні ознаки, закономірності, тренди, і як все нове та прогресивне, стикається з труднощами, а саме: правовими, фінансовими, технічними, компетентнісними. Так, відповідно до Рейтингу глобальної цифрової конкурентоспроможності у 2020 р. Україна посіла 58 місце серед 63 можливих, покращивши свої позиції на 2 пункти у порівнянні з 2019 р., але тим не менш демонструючи критично низькі показники (рис. 1).

## Узагальнена характеристика процесу цифровізації

№ з/п	Ознака	Характеристика ознаки
1	Призначення	Імплементация цифрових технологій в різні сфери діяльності людини, суспільства та органів державного управління з метою прискорення здійснення фінансово-господарських операцій та підвищення якості рівня життя населення
2	Цілі	– зростання національної економіки в умовах використання інформаційно-комунікаційних технологій та підвищення її конкурентоздатності на міжнародному рівні; – економія часу на виконання операцій, завдань та прийняття рішень, в тому числі іт-рішень, на основі оперативної отриманої інформації; – удосконалення процесу технології виробництва та надання послуг; – підвищення якості комунікації між суб'єктами споживчого ринку; – забезпечення прискорення розрахунків з клієнтами та оборотності грошових коштів.
3	Принципи	Доступність; цільове призначення; точка росту; свобода друку, інформації; незалежність; різноманітність засобів масової інформації; відкритість та співпраця; стандартизація; довіра та безпека; сфокусованість та комплексність
4	Економічна сутність	Поширення цифрових технологій у промисловості, торгівлі, державному секторі та інших сферах діяльності для формування ефективної та конкурентоздатної економіки
5	Складові елементи	Кіберфізичні системи; Інтернет речей; Великі дані; Робототехніка; 3D-друк прогресивні
6	Трендові цифрові продукти, послуги	IoT, BigData, Cloud Computing, Blockchain, Artificial Intellect; Digital marketing; FinTech; LegalTech; NanoTech; Grid-технології; CRM&BPM
7	Об'єкти	Державні органи управління; промисловість; торгівля; банки; освіта; медицина тощо.

\* розроблено автором за матеріалами: [11; 14; 22]

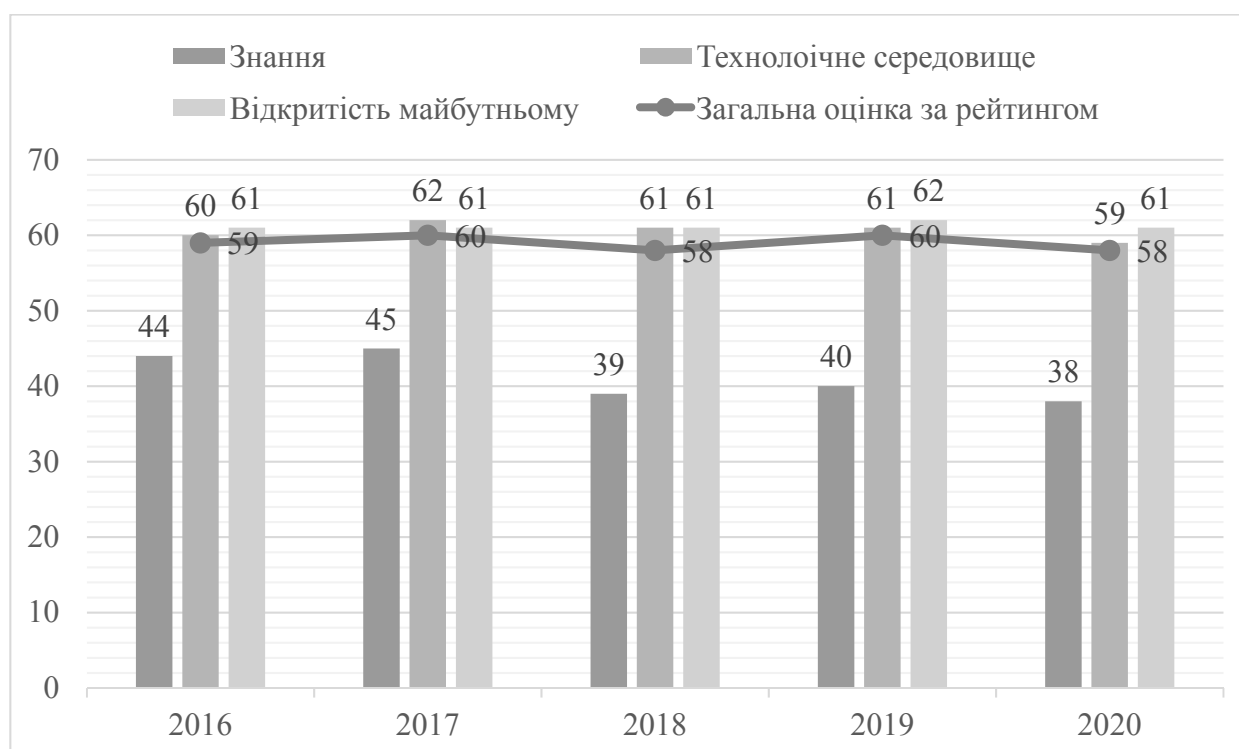


Рис. 1. Динаміка позиції України в Рейтингу глобальної цифрової конкурентоспроможності за 2016-2020 рр.

\* побудовано автором на основі [6]

При цьому три останні позиції в рейтингу займають Колумбія, Монголія та Венесуела. Так, загальна оцінка рейтингу складається з трьох факторів: знання, технологічне середовище та відкритість майбутньому. За показником «знання» Україна посідає середнє значення з позначкою 38, демонструючи динаміку до покращення позицій. Однак, фактори «технологічне середовище» та «відкритість майбутньому» знаходяться на критично низькій позначці, не демонструючи позитивної динаміки протягом досліджуваного періоду. Найгірші позиції за показником «Відкритість майбутньому, зокрема за його субпоказником ІТ інтеграція (62) в частині індикаторів «кібербезпека», «програмне піратство», «електронний уряд» – 61, 60, 59 місця відповідно. Підвищити показники в Рейтингу глобальної цифрової конкурентоспроможності дозволить чітко організаційна ефективна взаємодія між суб'єктами ринку споживання, а саме: державою, підприємницьким та громадським сектором.

Ключовими загальновідомими моделями взаємодії між учасниками споживчого ринку є:

- B2B (business-to-business – «бізнес для бізнесу») – міжкорпоративна взаємодія між суб'єктами господарювання-юридичними особами;

- B2C (business-to-consumer – «бізнес для споживача») – взаємодія між суб'єктами господарювання-юридичними особами та кінцевими споживачами з приводу продажу товарів та послуг;

- C2C (consumer-to-consumer – «споживач-споживач») – особливий вид взаємодії між кінцевими споживачами з приводу онлайн-купівлі продажу товарів та послуг здебільшого через інтернет-майданчики та аукціони;

- B2G (business-to-government – «бізнес для держави») – взаємодія суб'єктів господарювання та державних організацій з приводу заключення угод щодо купівлі продажу товарів та послуг та виконання робіт [4].

Працюючи за визначеними моделями взаємодії, суб'єкти споживчого ринку зможуть активізувати бізнес-процеси, підвищити ефективність діяльності підприємств, покращити навички можливої взаємодії в процесі обробки великих масивів релевантної інформації та надання її учасникам ринку послуг. Група науковців у своєму дослідженні щодо важливості активізації участі споживачів на ринку зауважує, на недостатньому рівні використання цього маркетингового інструменту фахівцями підприємств. Автори наголошують – незважаючи, що більшість менеджерів погоджуються з тим, що генерувати позитивне сприйняття у споживачів важливо, переваги та позитивна віддача від участі клієнтів недооцінюються,

при цьому споживачі, які беруть участь, частіше стають постійними клієнтами, купують більше продуктів компанії та її послуги і, зрештою, приносять більше прибутку [3]. Наголошує на вирішальній ролі споживача на ринку і депутат Консервативної партії Великобританії Л. Сендіз, стверджуючи, що споживачі – це арбітри ринку: «капіталізм існує, щоб обслуговувати споживачів, і в найкращому випадку він керується інформованими, потужними споживачами, які вимагають інновацій на ринку та більшої ефективності. Те, що корисно для споживачів та конкуренції, в кінцевому рахунку добре для найкращих підприємств і забезпечує стійке зростання». Автор констатує потребу забезпечення імплементації низки політик, які зосереджуються на основах ринку. Сюди входить інформація про споживача; відкриття та звільнення ринку; адресація; інформаційні бар'єри та фаворитизм постачальників [4].

Цифровізація, процес повсюдний, складний та поступовий, але надає великі можливості для розвитку суб'єктів ринку всіх сфер економіки при використанні інформаційних технологій, які є основою для перетворень у суспільстві з урахуванням матеріальних та соціальних цінностей. Вважаємо, що процес цифровізації та його можливості треба розглядати з позиції держави (національний рівень), підприємств (підприємницький сектор) та населення (громадський сектор). Держава на чолі з урядом працює сьогодні переважно через електронні канали і «повинна підтримувати інновації в сфері ІТ, ініціювати закупівлю цифрових сервісів, повинна бути лідером у сфері «відкритих даних», затверджувати проекти цифрових трансформацій на національному та регіональному рівнях (створення інфраструктури ідентифікації та довіри (mobileID, bankID, citizen ID), державних послуг (e-government), інтероперабельності, комерції та e-бізнесу, транзакційно-процесингова, життязабезпечення, геоінформаційна, блокчейн)» [13]. Цифровізація впливає на діяльність органів державного управління та надає можливості: підвищити ефективність роботи уряду завдяки налагодженим інформаційно-комунікаційним зв'язкам між відомствами та з населенням, що вплине на посилення рівня довіри людей до інформації за рахунок її прозорості та відкритості даних; заощадити бюджетні кошти за умов діяльності за моделлю «pay as you go; швидко та своєчасно отримувати інформацію для ухвалення рішень в інфраструктурі е-урядування, е-демократія, смарт-сіті, е-комерція тощо; створити єдину платформу для громадян і керівництва країни для виробництва інформаційних продуктів і послуг; використовувати дистанційні форми

праці, що дозволить оптимізувати витрати державних служб; побудувати прозору цифрову державу за умов розвитку та активізації ІТ-можливостей. Також цифровізація процесів управління державних служб і підприємств в умовах консенсусу є мотивом для збільшення ВВП в усіх сферах діяльності.

Трансформаційні зміни під впливом цифровізації відбуваються і в діяльності підприємств на ринках споживання. Завдяки використанню цифрових технологій суб'єкти господарювання виходять вже на якісно новий рівень ефективності здійснення бізнес-процесів при використанні смарт-контрактів) та стрімко розвиваються. Інновації в технологію виробництва, що призводять до створення нових видів продуктів, набувають поширення саме при використанні хмарних технологій, технологій штучного інтелекту, обробки великих даних (big data), робототехніки та сенсоріки тощо [24]. Техніко-технологічні процеси стають при цьому менш трудомісткими за рахунок скорочення часу на виконання операцій, але продуктивність, результативність та ефективність при цьому їх збільшується.

Зміни відбуваються також і в формуванні інформаційної системи підприємств. В умовах цифровізації з'являються нові можливості в частині виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення та передачі інформації відповідно до інформаційних потреб системи управління. Використання інформаційно-комунікаційних технологій дозволить фахівцям не «фізично» або «автоматизовано» виконувати перераховані операції, а контролювати процес їх виконання, вносити за необхідністю коригування у випадку непередбачених ситуацій та приймати управлінські рішення на основі релевантної інформації. Вище перераховане призведе до посилення комунікаційних зав'язків підприємства з стейкхолдерами та контролю за операціями з ними.

Відзначаються зміни і в сфері маркетингу, де цифрові технології дозволяють персоніфікувати його та активізувати таргетинг, зміст якого «полягає в тому, що збираються однаковий певний набір даних про велику кількість людей, сукупність яких і складає так звані «великі дані». Після обробки великих даних за допомогою різних видів і методів таргетування здійснюють диференціацію аудиторії, тим самим створюючи умови для формування цільових груп, члени яких мають однаковий набір ознак з близькими якісними і / або кількісними показниками споживацьких потреб» [7]. Також, цифрові технології надають можливість знайти більш привабливі нові ринки для просування традиційних та нових видів продукції при використанні ефективних економічних моделей задля підвищення ефективності та

результативності діяльності суб'єктів господарювання [23]. Але без людини ні один бізнес-процес функціонувати поки що не може. Тому імплементація цифрових технологій в бізнес-процеси вимагає підвищення кваліфікації всіх працівників підприємства, а не лише апарату управління. Тому основним завданням на рівні держави та підприємства є організація заходів щодо підвищення цифрової грамотності учасників споживчого ринку.

Інформаційні технології та електронні комунікації заповнюють всі сфери соціального життя населення, яке швидко реагує на цифровізацію і внаслідок чого, змінюється структура зайнятості працівників за галузями економіки та швидко набирає популярності «фриланс» у сфері ІТ. Для населення, процес цифровізації надає широкий простір для отримання будь якої інформації в мережі інтернет за короткий час, можливість здійснювати розрахункові операції в зручному форматі при використанні мобільних додатків, ведення власного малого бізнесу та просування товарів через соціальні мережі. Також населення отримує завдяки інформаційним технологіям необхідні послуги системи адміністрування, сервісне обслуговування, банківські операції у форматі «он-лайн», що економить час та кошти людей. Звертаючись до світового досвіду дослідження сценаріїв розвитку суб'єктів споживчого ринку в умовах цифрової трансформації, то на Всесвітньому економічному форумі «Future of Consumption in Fast-Growth Consumer Markets: China»[12] зазначено такі магістральні вектори розвитку: 1) трансформація та інтенсифікація споживання середнім класом домогосподарств, частка якого зростає до 65%; 2) зростання рівня населення похилого віку сприятиме створенню нових вимог щодо економічного зростання, але й разом із тим імплемтує можливості для розвитку продуктів та послуг, пристосованих до цієї демографічної ситуації; 3) цифрові «маленькі імператори» (покоління 1990-х та 2000-х) матимуть вищі очікування. До 2027 року близько 200 мільйонів людей, народжених у 1990-х роках, створять сім'ї, а близько 150 мільйонів у поколінні Z перейдуть зі школи чи університету до робочої сили. Вони віддаватимуть перевагу преміальним та персоналізованим продуктам та послугам та споживатимуть більше, ніж їх попередники; 4) зростання моделі споживання на основі економіки спільного користування, яка передбачає плату за доступ, а не за власність; 5) розширення та посилення електронної комерції, інтеграція оф-лайн каналів продажу до режиму он-лайн, реалізація більшості транзакцій за допомогою мобільного зв'язку, тобто зростає рівень цифрового відстеження таких транзакцій; 6) персоналізація стане



новим масовим ринком; 7) Big Data стануть новою «нафтою», а відтак компанії, що отримують контроль за даними матимуть значно більші конкурентні переваги; 8) досягнення технологій зумовлять новий етап урбанізації, що позначиться на якості життя населення, а отже і на споживацькій поведінці; 9) розвиток технологій представлятиме ризик, так, окрім надання можливостей, швидкий технологічний розвиток створить ризики для споживачів та суспільства, включаючи ті, що пов'язані з напруженістю між цифровізацією та конфіденційністю, а також між викликом інклюзивного зростання та навколишнім середовищем та стійкістю; 10) формування національного та західного стилю життя складатиме 50/50, що позначиться на подальшому поділі поведінки витрат.

Водночас із стрімким поширенням процесу цифровізації до всіх сфер соціально-політичної та господарської діяльності зростають і ризики та загрози, які здатні негативно вплинути на діяльність суб'єктів споживчого ринку і навіть привести до зупинення діяльності. Це пов'язане з тим, що органи державного управління, підприємства та населення сьогодні в наслідок активного використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, зберігають, переважно, інформацію у цифровому просторі та на серверах, що призводить до активізації та поширення кіберзлочинів, створюючи, в свою чергу, спектр загроз економічній безпеці підприємств. Причинами кіберзлочинів є мета заволодіння фінансовими, матеріальними або інформаційними ресурсами для цілей власного використання, перепродажу чи шантажу, а також втручання в інформаційну інфраструктуру підприємства з метою отримання доступу до бази даних системи управління. Найуразливішою до кіберзлочинів є інформаційна система, в якій виникають кібератаки на: бази даних, засоби комунікації, персональні дані. Загрозою в сучасному світі «цифри» також є імплементація штучного інтелекту з метою отримання більшого прибутку через оптимізацію витрат на трудові ресурси, що навпаки може призвести до його недоотримання. Крім того найбільшу небезпеку несуть кіберзлочини: в сфері платіжних систем (особливо в системі он-лайн платежів); у сфері е-комерції; у сфері кібербезпеки; у сфері протиправного контенту [21]. Так, в сфері платіжних систем підприємства виокремлюємо: крадіжки грошей з банківських рахунків, здійснення несанкціонованих трансакцій, фальсифікація електронного цифрового підпису на електронних, у тому числі й платіжних документах тощо. Такі ж саме загрози в умовах поширення цифровізації виникають і в сфері електронної комерції, оскільки здійснюються

грошово-розрахункові операції з клієнтами. Можуть відбуватися кіберпорушення і в частині маніпуляції з фінансовою звітністю електронної комерції, і як наслідок, надання неправдивої інформації користувачам бухгалтерської інформації та прийняття помилок та неефективних рішень. Для громадського сектору загрозами можуть бути: махінації з платіжними картками та їх реквізитами, фіктивно створені інтернет-сайти (правопорушення зі змістом інформації) для отримання грошових коштів, наприклад, на благодійні неіснуючі заходи; правопорушення за операціями з продажу товарів через інтернет-магазини та сервісне обслуговування; зарахування грошей на рахунки шахраями для ідентифікації персональних даних та здійснення правопорушних дій тощо. В соціальних мережах загрозами можуть бути створені протиправні контенти, викрадення акаунтів, які мають широку цільову аудиторію для монетизації та отримання економічних вигід. Всі вище перераховані проблеми, що виникають в процесі цифровізації, дозволили побудувати модель можливих загроз впливу на поведінку суб'єктів ринку та наслідків в умовах цифрової трансформації (рис. 2), яка допоможе організувати діяльність державних служб, підприємницьких структур, фінансових установ та населення з урахуванням можливих джерел загроз, наслідків та заходів їх попередження відповідно дотримання розробленої стратегії кібербезпеки на макро-та мікрорівні.

Для відвернення та попередження можливих загроз в процесі поширення цифровізації необхідно покращити захист суб'єктів споживчого ринку від загроз цифровізації на фундаментальному інституціональному рівні. Зокрема, необхідно удосконалити нормативно-правову базу в частині здійснення операцій з використанням цифрових технологій та конвергенції штучного інтелекту, посилити покарання за правопорушення в цифровому просторі, залучити міжнародну технічну допомогу у сфері кібербезпеки України, посилити на національному рівні взаємозв'язки між державними службами, підприємствами, громадянами та суб'єктами забезпечення кібербезпеки, мотивувати розвиток інноваційних технологій, що буде гарантувати кібербезпеку.

Технічними фільтрами нейтралізації загроз цифровізації є систематичне оновлення програмного забезпечення, застосування системи антивірусного захисту, прийняття SIEM-рішення у процесі поширення 5G-мереж, застосування системи глибокого аналізу мережевого трафіку, створення резервних копій, дотримання паролльної політики тощо.

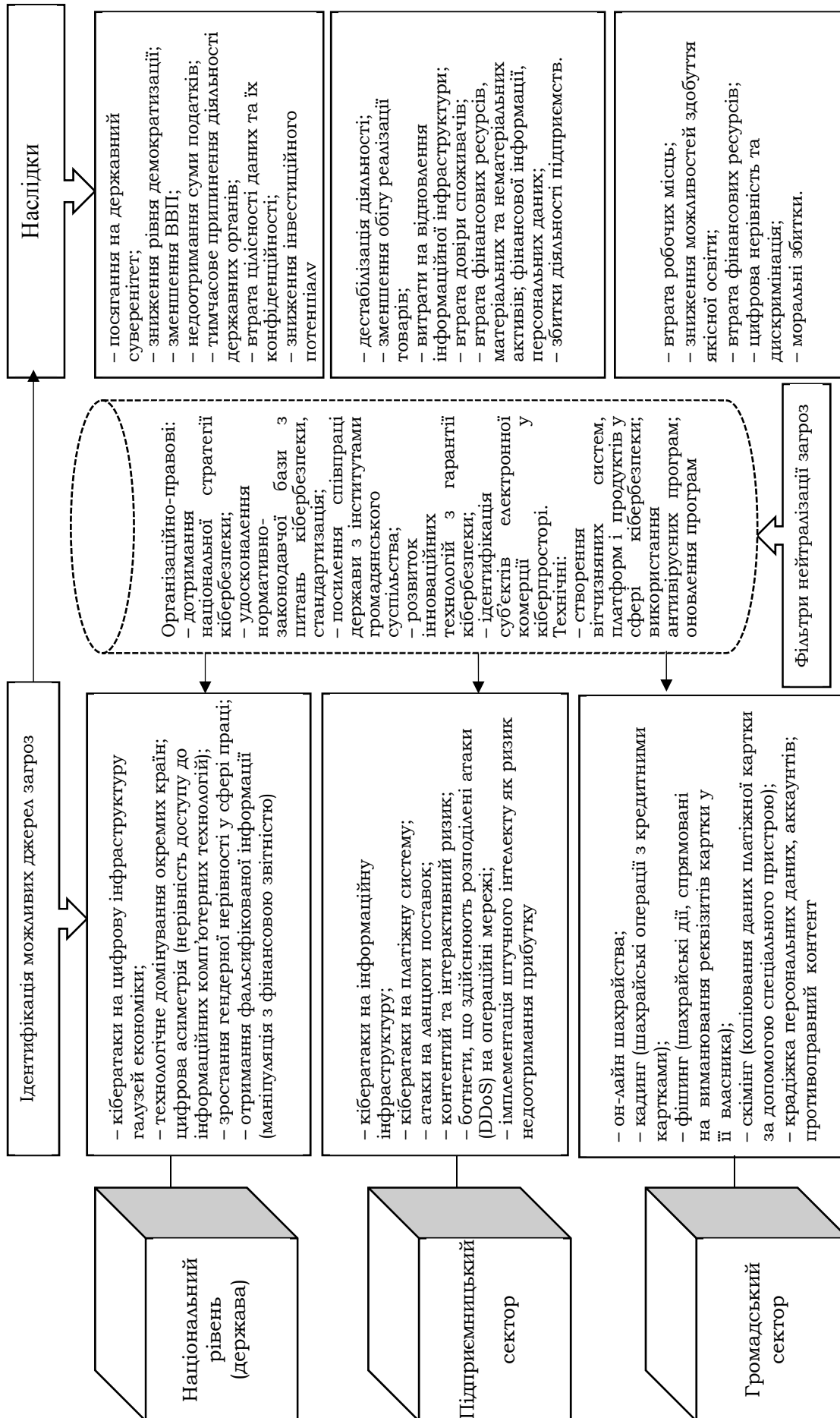


Рис. 2. Модель можливих загроз впливу на поведінку суб'єктів ринку та наслідків в умовах цифрової трансформації. \* власна розробка автора

**Висновки.** Таким чином, сьогодні базовою основою розвитку національної економіки держави, здійснення бізнес-процесів та застосування інноваційних економічних моделей, трансформації взаємовідносин між людьми в соціумі та сферах діяльності є цифровізація, поширення якої відбувається завдяки інформаційно-комунікаційним технологіям (хмарні технології, технології штучного інтелекту, обробки великих даних (big data), робототехніка тощо). Цифровізація генерує нові можливості в отриманні інформаційних ресурсів органами державного управління, підприємницьким, громадським секторами для прийняття рішень в інфраструктурі е-урядування, е-демократія, смарт-сіті, е-комерція тощо. Водночас, активізація ІТ-можливостей в усіх сферах діяльності та нові інноваційні послуги є

об'єктом для здійснення протизаконних дій в цифровому просторі (поширення комп'ютерних вірусів, інтернет-шахрайство, крадіжки грошових коштів, кібератаки) з метою отримання економічної вигоди або пошкодження даних, їх видозміни, втручання в інформаційну систему підприємств для зниження продуктивності та результативності діяльності підприємства, а також погіршення ділової репутації. Для забезпечення економічної та інформаційної безпеки суб'єктів споживчого ринку як важливого пріоритету, що вимагає посиленої уваги, необхідно дотримуватися проактивної стратегії на макро- та мікрорівнях та систематично здійснювати організаційно-правові та техніко-технологічні заходи попередження загроз та наслідків в умовах цифрової трансформації.

### **DIGITALIZATION OF CONSUMER MARKET ENTITIES ACTIVITY: OPPORTUNITIES AND THREATS**

**Hanna Chmil**, PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing and Commercial Activities, Kharkiv State University of Food Technology and Trade, str. Klochkivska, 333, Kharkiv, 61051, Ukraine, e-mail: hannachmil@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3703-9940>, Scopus Author ID: 57211214737

The research paper is devoted to the digitalization process in the consumer market participants' activity at the present stage, as well as the state and development of digital transformation. It is proved that digitalization implementation expands the possibilities of new formats of consumer market entities activity organization and management, as well as effects on the level of their economic growth, competitiveness in terms of digital and IT-decision-making competencies. The digitalization characteristic features (economic essence, purpose, goals, principles, elements, trend digital products) for successful use of modern information products in all spheres of activity are determined and generalized. The digitalization process should be considered from the standpoint of state (national level), enterprises and institutions (business sector) and the population (public sector). Digitalization opportunities wide range is identified; it allows building transparent digital state under the conditions of development and IT-opportunities activation; increasing GDP in all areas of activity; creating new types of products; increasing the technological process productivity under robotics and sensors use; strengthening the enterprise's communication relations with stakeholders; intensifying targeting; using remote forms of work; finding new markets for products and goods promotion; creating comfortable conditions for the population during online orders, services and financial payments making, etc. The transactional operations realization, information storage in the digital space causes the intensification and spreading of illegal actions, creates threats for enterprises economic security. The possible negative consequences of the information and communication technologies widespread use by the state, enterprises, society are considered; it allows developing the threats model of market participants economic and information security and filters for their neutralization in terms of the digital transformation. In the digitalization process, consumer market participants are recommended to use organizational, legal and technical filters of threats neutralization that will ensure economic and information security of enterprises and society.

**Key words:** digitalization, information and communication technologies, economic security, information security, threats, opportunities, consumer market entities, cybercrime.

### **ЦИФРОВИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА: ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ**

**Анна Чмиль**, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и коммерческой деятельности, Харьковский государственный университет питания и торговли, ул. Клочковская, 333, Харьков, 61051, Украина, e-mail: hannachmil@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3703-9940>, Scopus Author ID: 57211214737

Стаття посвящена процесу цифровізації діяльності суб'єктів потребителського ринку на сучасному етапі, а також стану і розвитку цифрової трансформації. Доказано, що імплементація цифровізації розширює можливості нових форматів організації і управління діяльності суб'єктів потребителського ринку, а також впливає на рівень їх економічного росту, конкурентоспособність в умовах цифрової грамотності і компетенцій за прийняття it-рішень.

Определены и обобщены характерные признаки цифровизации (экономическая суть, назначение, цели, принципы, элементы, трендовые цифровые продукты) для успешного использования современных информационных продуктов во всех сферах деятельности. Процесс цифровизации следует рассматривать с позиции государства (национальный уровень), предприятий и учреждений (предпринимательский сектор) и населения (общественный сектор). Раскрыто широкий спектр возможностей цифровизации, что позволяет построить прозрачное цифровое государство в условиях развития и активизации ИТ-возможностей; увеличить ВВП во всех сферах деятельности; создать новые виды продукции, повысить производительность технологического процесса при использовании робототехники и сенсорики; усилить коммуникационные связи предприятия со стейкхолдерами; активизировать таргетинг; использовать дистанционные формы труда; найти новые рынки для продвижения продукции и товаров; создать комфортные условия для населения для осуществления онлайн заказов, услуг и финансовых расчетов и тому подобное. Осуществление транзакционных операций, хранения информации в цифровом пространстве приводит к активизации и распространения противозаконных действий, создавая угрозы экономической безопасности предприятий. Рассмотрены возможные негативные последствия широкого использования информационно-коммуникационных технологий государством, предприятиями, обществом, что позволило разработать модель угроз экономической и информационной безопасности субъектов рынка и фильтров их нейтрализации в условиях цифровой трансформации. В процессе цифровизации субъектам потребительского рынка рекомендуется использовать организационно-правовые и технические фильтры нейтрализации угроз, которые обеспечат экономическую и информационную безопасность предприятий и общества.

**Ключевые слова:** цифровизация, информационно-коммуникационные технологии, экономическая безопасность, информационная безопасность, угрозы, возможности, субъекты потребительского рынка, киберпреступления.

---

#### Література

1. *Future of Consumption in Fast-Growth Consumer Markets: China*. World Economic Forum. 2018. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_Consumption\\_in\\_Fast\\_Growth\\_Consumer\\_Markets\\_China.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_Consumption_in_Fast_Growth_Consumer_Markets_China.pdf) (дата звернення 22.10.2020 р.)
2. Krutova A., Kashchena N., Chmil H. Enterprises' economic activity stimulation as a driver of national economy sustainable development. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. Вип. 1 (31). С. 162–173.
3. Merlo O., Eisingerich A. B., Auh S. Why customer participation matters. *MIT Sloan Management Review*. 2014. Vol. 55. No. 2. P. 81–89.
4. Sandys L. MP. *Consumers at the heart of markets*. 2020. URL: <http://challenging-ideas.com/articles/2020-Laura-Sandys--Consumer-Paper.pdf> (дата звернення 22.10.2020 р.)
5. Savyt'ska N., Chmil H., Hrabylnikova O., Pushkina O., Vakulich M. Behavioral Models for Ensuring the Security of Functioning and Organizational Sustainability of the Enterprise. *Journal of Security & Sustainability Issues*. 2019. Vol. 9. No. 1. pp. 63–76. [http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1\(6\)](http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1(6))
6. *The IMD World Digital Competitiveness Ranking 2020 results (2020)*. IMD World Competitiveness Center. URL: <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2020/> (дата звернення 22.10.2020 р.)
7. Баранов О. А. Економіка результату, інтернет речей та право. *Соціальна і цифрова трансформація: теоретичні та практичні проблеми правового регулювання* : матеріали науково-практичної конференції, м. Київ, 10 грудня 2020 р. Київ : Фенікс, 2020. 272 с.
8. Вінник О. М. Проблеми цифровізації: правовий аспект. *Реформування правової системи в контексті євроінтеграційних процесів*: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції: у 2-х ч. м. Суми, 21–22 травня 2020 р. Суми: СумДУ, 2020. Ч. 1. С. 215–221.
9. Денисов А. І. *Господарсько-правове забезпечення технологічної безпеки держави* : монографія. Харків : Юрайт, 2017. 204 с.
10. Дзюбіна А. В., Копець К. О., Дзюбіна Г. Р. Диференціація основних складових електронного бізнесу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія : *Проблеми економіки та управління*. 2018. № 897. Вип. 2. С. 16–19.
11. Краус Н. М., Краус К. М. Цифровізація в умовах інституційної трансформації економіки: базові складові та інструменти цифрових технологій. *Інтелект XXI*. 2018. № 1. С. 211–214.
12. Ніколіна І. І., Гулівата І. О. Модельовання кіберзлочинності як загрози цифровізації економіки. *Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво*. 2020. № 39. С. 190–196.
13. *Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» від 17 січня 2018 р. № 67-р*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-p/ed20180117#n23> (дата звернення: 22.11.2020).
14. Руденко М. В. Цифровізація економіки: нові можливості та перспективи. *Економіка та держава*. 2018. № 11. С. 61–65.
15. Савицька Н. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку B2C. *Маркетинг і цифрові технології*. 2017. № 1. С. 20–33.

16. Савицька Н.Л. Драйвери та бар'єри розвитку онлайн-ритейлу: теоретико-методичний аспект. *Бізнес Інформ*. 2014. № 10. С. 236–241.
17. Савицька Н.Л., Полевич К.В. Підприємницький маркетинг у соціальній мережі Instagram. *Бізнес Інформ*. 2016. № 11. С. 419–424.
18. Савицька Н.Л., Полевич К.В. Тенденції розвитку мережного ритейлу як драйвера сучасної глобальної економіки. *Ефективна економіка*. 2014. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua> (дата звернення 22.10.2020 р.)
19. Савицька Н.Л., Прядко О.М., Сіроус М.В. Вплив інструментів трейд-маркетингу на споживчий вибір. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2017. Вип. 2 (22). С. 293–304.
20. Сенкевич О. Ф. Цифрова трансформації територіальних управлінських систем: напрями та перспективи розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 51. Ч. 1. С. 167–175.
21. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju.html> (дата звернення: 21.11.2020).
22. *Цифрова адженда України – 2020. Концептуальні засади. Першочергові сфери, ініціативи, проекти цифровізації України до 2020 року*. URL: <https://ucc.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf> (дата звернення 21.10.2020 р.)
23. Kuznetsov, A., Kiian, A., Babenko, V., Perevozova, I., Chepurko, I., and Smirnov, O. New Approach to the Implementation of Post-Quantum Digital Signature Scheme, *2020 IEEE 11th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies (DESSERT)*, Kyiv, Ukraine, 2020, pp. 166–171. <https://doi.org/10.1109/DESSERT50317.2020.9125053>
24. Vovk, V, Zhezherun, Y, Bilovodska, O, Babenko, V, Biriukova, A. Financial Monitoring in the Bank as a Market Instrument in the Conditions of Innovative Development and Digitalization of Economy: Management and Legal Aspects of the Risk-Based Approach. *IJIEPR*. 2020, 31 (4), 559–570. <https://doi.org/10.22068/ijiepr.31.4.559>

## References

1. *Future of Consumption in Fast-Growth Consumer Markets: China*. *World Economic Forum*. 2018. Available at: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Consumption\\_in\\_Fast\\_Growth\\_Consumer\\_Markets\\_China.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Consumption_in_Fast_Growth_Consumer_Markets_China.pdf) (accessed 22.10.2020) (in English)
2. Krutova A., Kashchena N., Chmil H. (2020). Enterprises' economic activity stimulation as a driver of national economy sustainable development. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, vol. 1 (31), pp. 162–173.
3. Merlo O., Eisingerich A. B., Auh S. (2014). Why customer participation matters. *MIT Sloan Management Review*, vol. 55, no. 2, pp. 81–89. (in English)
4. Sandys L. MP. (2020). *Consumers at the heart of markets*. Available at: <http://challenging-ideas.com/articles/2020-Laura-Sandys--Consumer-Paper.pdf> (accessed 22.10.2020) (in English)
5. Savytska N., Chmil H., Hrabylnikova O., Pushkina O., Vakulich M. (2019). Behavioral Models for Ensuring the Security of Functioning and Organizational Sustainability of the Enterprise. *Journal of Security & Sustainability Issues*, vol. 9, no. 1, pp. 63–76. [http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1\(6\)](http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1(6)) (in English)
6. *The IMD World Digital Competitiveness Ranking 2020 results (2020)*. *IMD World Competitiveness Center*. Available at: <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2020/> (accessed 22.10.2020) (in English)
7. Baranov O. A. (2020). *Ekonomika rezultatu, internet rechei ta pravo [The economics of results, the Internet of Things and law]*. *Sotsialna i tsyfrova transformatsiia: teoretichni ta praktichni problemy pravovoho rehuliuвання* : materialy naukovo-praktychnoi konferentsii, m. Kyiv, 10 hrudnia 2020 r. Kyiv : Feniks, 272 s.
8. Vinnyk O. M. (2020). *Problemy tsyfrovizatsii: pravovyi aspekt [Problems of digitalization: legal aspect]*. *Reformuvannya pravovoi systemy v konteksti yevrointegratsiinykh protsesiv*: materialy IV Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii: u 2-kh ch. m. Sumy, 21–22 travnia 2020 r. Sumy: SumDU, ch. 1, s. 215–221.
9. Denysov A. I. (2017). *Hospodarsko-pravove zabezpechennia tekhnolohichnoi bezpeky derzhavy [Economic and legal support of technological security of the state]*: monohrafiia. Kharkiv : Yurait, 204 s. (in Ukrainian)
10. Dziubina A. V., Kopets K. O., Dziubina H. R. (2018). Диференціація основних складових електронного бізнесу [Dyferentsiatsiia osnovnykh skladovykh elektronnoho biznesu]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Serii : Problemy ekonomiky ta upravlinnia*, № 897, vol. 2. pp. 16–19.
11. Kraus N. M., Kraus K. M. (2018). Tsyfrovizatsiia v umovakh instytutysiinoi transformatsii ekonomiky: bazovi skladovi ta instrumenty tsyfrovoykh tekhnolohii [Digitization in the context of institutional transformation of the economy: basic components and tools of digital technologies]. *Intelekt XXI*, № 1, pp. 211–214.
12. Nikolina I. I., Hulivata I. O. (2020). Modeliuвання kiberzlochynnosti yak zahrozy tsyfrovizatsii ekonomiky [Modeling cybercrime as a threat to the digitalization of the economy]. *Kompiuterno-intehrovani tekhnolohii: osvita, nauka, vyrobnytstvo*, № 39, pp. 190–196.
13. *Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy «Pro skhvalennia Kontseptsii rozvytku tsyfrovoy ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018-2020 roky ta zatverdzhennia planu zakhodiv shchodo yii realizatsii» vid 17 sichnia*

2018 r. № 67-р [Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the Concept of development of the digital economy and society of Ukraine for 2018-2020 and approval of the action plan for its implementation" of January 17, 2018 № 67-р]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-p/ed20180117#n23> (accessed 22.11.2020). (in Ukrainian)

14. Rudenko M. V. (2018). Tsyfrovizatsiia ekonomiky: novi mozhlyvosti ta perspektyvy [Digitization of the economy: new opportunities and prospects]. *Ekonomika ta derzhava*, № 11, pp. 61–65.

15. Savytska N. (2017). Marketynh u sotsialnykh merezhakh: stratehii ta instrumenty na rynku B2C [Social marketing: strategies and tools for the B2C market]. *Marketynh i tsyfrovi tekhnologii*, № 1, pp. 20–33.

16. Savytska N.L. (2014). Draivery ta bariery rozvytku onlain-ryteilu: teoretyko-metodychnyi aspekt [Driver and bariery development of online retail: theoretical and methodological aspect]. *Biznes Inform*, № 10, pp. 236-241.

17. Savytska N.L., Polevych K.V. (2016). Pidpriemnytskyi marketynh u sotsialnii merezhi Instagram [Pidpriamnytsky marketing in social media Instagram]. *Biznes Inform*, № 11, pp. 419–424.

18. Savytska N.L. Polevych K.V. (2014). Tendentsii rozvytku merezhnoho ryteilu yak draivera suchasnoi hlobalnoi ekonomiky [Trends in the development of hemstitch retail as a driver of the current global economy]. *Efektivna ekonomika*. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua> (accessed 22.10.2020) (in Ukrainian)

19. Savytska N.L., Priadko O.M., Sirous M.V. (2017). Vplyv instrumentiv treid-marketynhu na spozhyvchyi vybir [Injection of tools to trade marketing on a friendly vibir]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, vyp. 2 (22), pp. 293–304.

20. Sienkevych O. F. (2020). Tsyfrova transformatsii terytorialnykh upravlynskykh system: napriamy ta perspektyvy rozvytku [Digital transformation of territorial management systems: directions and prospects of development]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, vol. 51, ch. 1, pp. 167–175.

21. *Ukraina 2030E – kraina z rozvynutoiu tsyfrovoiu ekonomikoiu* [Ukraine 2030E – a country with a developed digital economy]. Available at: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (accessed 21.11.2020). (in Ukrainian)

22. *Tsyfrova adzhenda Ukrainy – 2020. Kontseptualni zasady. Pershocherhovi sfery, initsiatyvy, proekty tsyfrovizatsii Ukrainy do 2020 roku* [Digital Agenda of Ukraine – 2020. Conceptual principles. Priority areas, initiatives, projects of digitalization of Ukraine until 2020]. Available at: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>. (accessed 21.10.2020) (in Ukrainian)

23. Kuznetsov, A., Kiian, A., Babenko, V., Perevozova, I., Chepurko, I., and Smirnov, O. (2020). New Approach to the Implementation of Post-Quantum Digital Signature Scheme, *2020 IEEE 11th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies (DESSERT)*, Kyiv, Ukraine, 2020, pp. 166-171. <https://doi.org/10.1109/DESSERT50317.2020.9125053>

24. Vovk, V, Zhezherun, Y, Bilovodska, O, Babenko, V, Biriukova, A. (2020). Financial Monitoring in the Bank as a Market Instrument in the Conditions of Innovative Development and Digitalization of Economy: Management and Legal Aspects of the Risk-Based Approach. *IJIEPR*. 31 (4), 559-570. <https://doi.org/10.22068/ijiepr.31.4.559>

Статтю отримано 10 квітня 2021 р.

## ЕФЕКТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ\*

Шелест Тетяна Миколаївна

асистент кафедри технологій управління  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
вул. Володимирська, 60, Київ, Україна, 01033  
e-mail: tns.univ@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5237-6865>

В статті визначено, що в сучасних умовах розвитку четвертої промислової революції, появи кіберфізичних комплексів, які об'єднані в одну цифрову екосистему, значна роль економічного зростання надається науково-технічному прогресу та інтелектуалізації процесів виробництва. Впровадження інноваційних технологій є головним фактором ринкової конкуренції, за рахунок підвищення ефективності виробництва та підвищення якості товарів та послуг. Створюючи сприятливі умови для розвитку науково-технічного прогресу, постійного впровадження у виробництво інноваційного обладнання, технологій та матеріальних ресурсів, можливо досягти високого розвитку суб'єктів господарювання та країни в цілому, що надасть можливість підвищити рівень валового внутрішнього продукту (ВВП). Інноваційно-орієнтований розвиток суб'єктів господарювання відіграє головну роль у сучасній економіці та є об'єктивним елементом її функціонування. Без розробки та впровадження інновацій неможливо забезпечити зростання продуктивних сил і створити умови для ефективного розвитку виробництва з урахуванням цифрових технологій. В статті визначено, що питання інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання з урахуванням цифрових трансформацій, полягає в детальній конкретизації завдання розробки методів управління конкурентоспроможністю за допомогою інноваційної складової. Економічні кризи, нестабільне становище більшості вітчизняних суб'єктів господарювання, недостатня кількість фінансових ресурсів, відсутність ефективної системи мотивації людського капіталу та не гнучка система управління сформували сумнівні орієнтири реалізації процесу інноваційності. З метою умов для ефективного інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання в умовах цифрових трансформацій необхідно створити організаційно-економічні механізми, які будуть стимулювати весь процес створення інноваційного товару чи послуги. Потрібна зацікавленість у інноваційно-орієнтованому розвитку інституційних органів державного та місцевого самоврядування, а також бізнес-структур, які будуть фінансувати інноваційні проекти, формувати та впроваджувати ефективні інноваційні стратегії розвитку і створювати умови для їх реалізації.

**Ключові слова:** інноваційно-орієнтований розвиток; суб'єкти господарювання; валовий внутрішній продукт; цифрові трансформації; людський капітал.

**Актуальність теми дослідження.** В сучасних умовах розвитку четвертої промислової революції, появи кіберфізичних комплексів, які об'єднані в одну цифрову екосистему, значна роль економічного зростання надається науково-технічному прогресу та інтелектуалізації процесів виробництва. Впровадження інноваційних технологій є головним фактором ринкової конкуренції, за рахунок підвищення ефективності виробництва та підвищення якості товарів та послуг. Створюючи сприятливі умови для розвитку науково-технічного прогресу, постійного впровадження у виробництво інноваційного обладнання, технологій та матеріальних ресурсів, можливо

досягти високого розвитку суб'єктів господарювання та країни в цілому, що надасть можливість підвищити рівень валового внутрішнього продукту (ВВП). Інноваційно-орієнтований розвиток суб'єктів господарювання відіграє головну роль у сучасній економіці та є об'єктивним елементом її функціонування. Без розробки та впровадження інновацій неможливо забезпечити зростання продуктивних сил і створити умови для ефективного розвитку виробництва з урахуванням цифрових технологій.

Інноваційно-орієнтований розвиток є загально визнаним напрямом ефективного функціонування людського суспільства. Китай,

\* **Cite as:** Shelest, T. (2021). Efficiency of Innovation-Oriented Development of Businesses in the Conditions of Digital Transformations, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, 13, 135-144. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-14>

Японія, США, Німеччина, Франція та інші розвинені країни досягли особливо значних результатів завдяки активній розробці та впровадженню високих інноваційно-креативних технологій. Вітчизняні інноваційні розробки, на жаль, не мають попиту в країні, але користуються популярністю за межами країни, про, що свідчить активна грантова діяльність, направлена на пошук інноваційно-креативних ідей, технологій, розробок тощо. Все це пов'язано з тим, що немає достатньої державної підтримки інноваційної діяльності.

**Постановка проблеми.** Більшість вітчизняних суб'єктів господарювання повинні створювати умови для мотивації людського капіталу, формувати фінансову підтримку, підтримувати розвиток наукового потенціалу, що буде підґрунтям для розробки та впровадження інтелектуальних продуктів направлених на інноваційно-орієнтований розвиток, за рахунок створення конкурентоспроможної продукції з високим ступенем науковості та новизни, що позитивно вплине на підвищення рівня ВВП країни.

Для вирішення цих проблем необхідно проаналізувати, як вітчизняні суб'єкти господарювання впливають на рівень ВВП, виявити проблеми та запропонувати напрями для активного інноваційно-орієнтованого розвитку з урахуванням цифрових трансформацій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питаннями формування умов для ефективного інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання в умовах цифрових трансформацій займались вітчизняні та зарубіжні вчені: Р. Білик [1], І. Єгоров [2], П. Друкер [3], М. Кизим, Н. Белікова та Т. Мощицька [4], М. Мескон, М Альберт та Ф.Хедоури [5], В. Прохорова та В. Проценко [6], В. Чобіток [6, 7], В. Хаустова та О. Решетняк [8] та ін. Проведений аналіз свідчить про те, що визначені питання потребують подальших додаткових досліджень.

**Постановка завдання.** Метою статті є формування умов для ефективного інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання в умовах цифрових трансформацій.

**Викладення основного матеріалу.** Економічні кризи, нестабільне становище більшості вітчизняних суб'єктів господарювання, недостатня кількість фінансових ресурсів, відсутність ефективної системи мотивації людського капіталу та не гнучка система управління сформували сумнівні орієнтири реалізації процесу інноваційності.

Проблематика інноваційної сфери полягає у тому, що існують великі періоди віддачі від впровадження інноваційних проектів та підвищений ризик фінансових інвестицій. У той

же час, активізація інноваційної діяльності, включаючи як екстенсивні, так і інтенсивні фактори розвитку, залишається актуальною в сучасних умовах господарювання. Кризову ситуацію доцільно долати саме на основі широкомасштабного інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання в умовах цифрових трансформацій.

Стабілізація позицій суб'єктів господарювання, неухильне зростання промислового виробництва, як показує досвід розвинутих країн, досягається шляхом переведення економіки на інноваційно-орієнтований шлях розвитку, заснований на широкому впровадженні результатів наукових досліджень і розробок в напрямку створення сучасних інтенсивних технологій та виготовлення високотехнологічних продуктів, які об'єднані в одну цифрову екосистему.

З метою збільшення інновацій у науково-технічній сфері необхідно створити організаційно-економічні механізми, які будуть стимулювати весь процес створення інноваційного товару чи послуги. Очевидно, що потрібна зацікавленість у інноваційно-орієнтованому розвитку інституційних органів державного та місцевого самоврядування, а також бізнес-структур, які будуть фінансувати інноваційні проекти, формувати та впроваджувати ефективні інноваційні стратегії розвитку і створювати умови для їх реалізації.

Поняття ризику тісно пов'язане з інноваційно-орієнтованим розвитком суб'єктів господарювання, оскільки дохід від інноваційної діяльності залежить від своєчасного визначення ступеня ризиків та використання ефективних методів управління ними. В даний час багато суб'єктів господарювання не приділяють особливої уваги аналізу ризиків у процесі розробки та впровадження інновацій.

Сучасна економічна ситуація та невизначеність дозволяють створити систему управління ризиками як частину інноваційного проекту [9-11]. Ефективне вирішення цієї проблеми полягає у розробці системи управління ризиками та постійному моніторингу ризиків в процесі розробки та впровадження інноваційних проектів.

В умовах невизначеності та підвищеного ризику при розробці впровадженні інновацій моделювання інноваційного процесу є необхідною умовою для розвитку інноваційного проекту та його реалізації на кожному етапі.

Незважаючи на економічну невизначеність, інноваційні витрати зростають і здаються стійкими у світі поточного економічного циклу.

Оскільки глобальне економічне зростання падає, необхідно визначити фактори впливу на цю негативну динаміку:



по-перше, державні витрати на науково-дослідні роботи зростають повільно або зовсім не зростають практично у всіх країнах світу, що викликає занепокоєння;

по-друге, посилений протекціонізм - зокрема, протекціонізм, який впливає на технологічно інтенсивні сектори та потоки знань - створює ризики для глобальних інноваційних мереж та розповсюдження інновацій. Якщо ці нові перешкоди для міжнародної торгівлі, інвестицій та мобільності робочої сили залишаться неконтрольованими, це призведе до уповільнення зростання

інноваційної продуктивності та дифузії в усьому світі.

Протягом багатьох років ми відзначали позитивну кореляцію між рівнем розвитку економіки (вимірюваним ВВП на душу населення) та результатами інновацій. Іншими словами, заможніші економіки мають кращі результати щодо інновацій.

За даними Державної служби статистики України динаміка показника ВВП України за 2010-2019 рр., млрд. грн. наведена в табл. 1 та на рис. 1.

Таблиця 1

Дані показника ВВП України за 2010-2019 рр., млрд. грн.\*

Роки	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ВВП, млрд. грн.	1079,35	1299,99	1404,67	1465,2	1586,92	1988,54	2385,37	2983,88	3560,6	3978,4

\* за даними Державної служби статистики України [12]

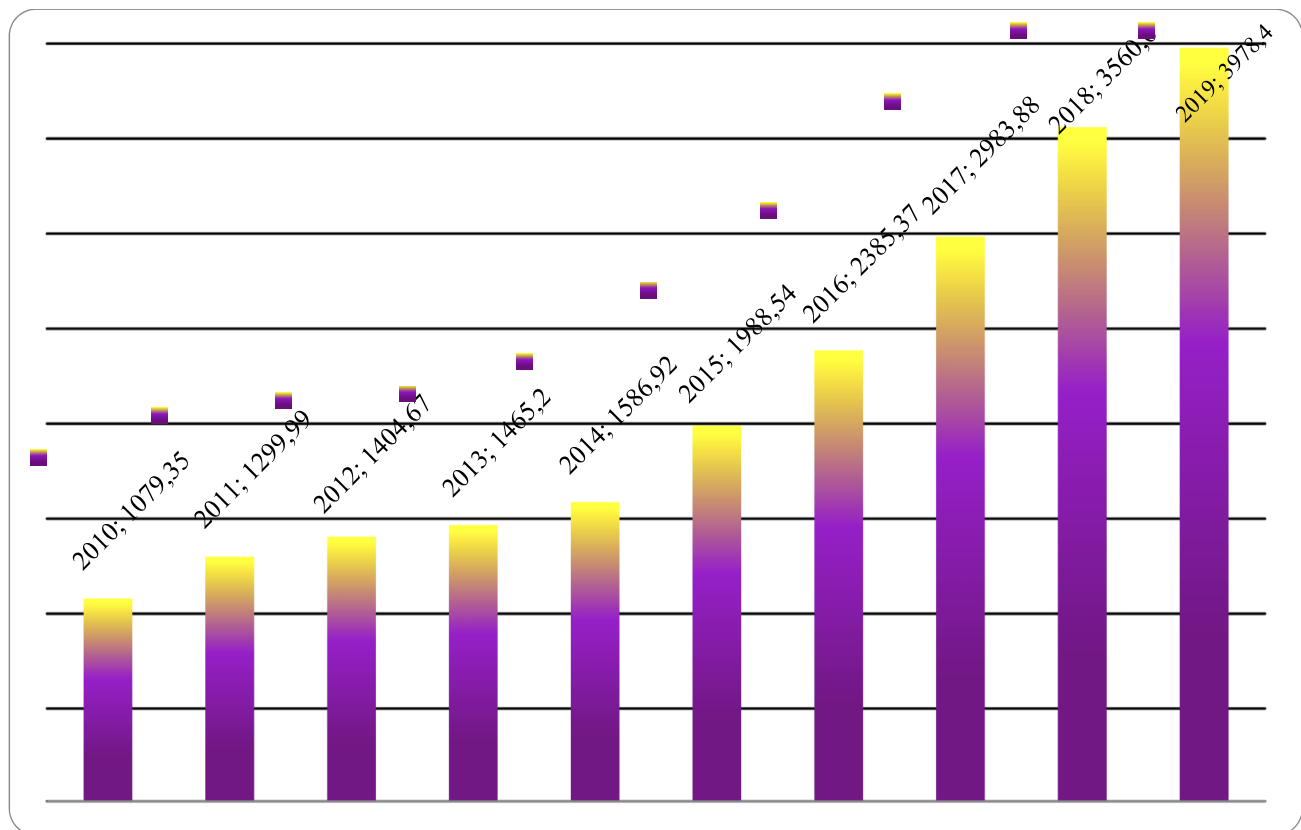


Рис. 1. Динаміка показника ВВП України за 2010-2019 рр., млрд. грн.

За даними Державної служби статистики України показник ВВП протягом розглянутого періоду мав тенденцію до збільшення, особливий рівень зростання спостерігався з 2016 р. по 2019 р. в порівнянні з попередніми періодами (у 2019 р. збільшився майже на 200%).

Динаміка показника кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності за 2010-2019 рр. свідчить про незначне їх зниження.

За обраними даними (табл. 3) визначено наявність кореляційної залежності ВВП України від кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності за 2010-2019 рр.

В табл. 4 приведені результати розрахунків кореляційної залежності ВВП України від кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності за 2010-2019 рр.

Таблиця 2

**Дані показника кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності за 2010-2019 рр., тис. од.\***

Роки	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності, тис. од.	2184	1702	1600	1722	1932	1974	1866	1805	1840	1942

\* за даними Державної служби статистики України [12]

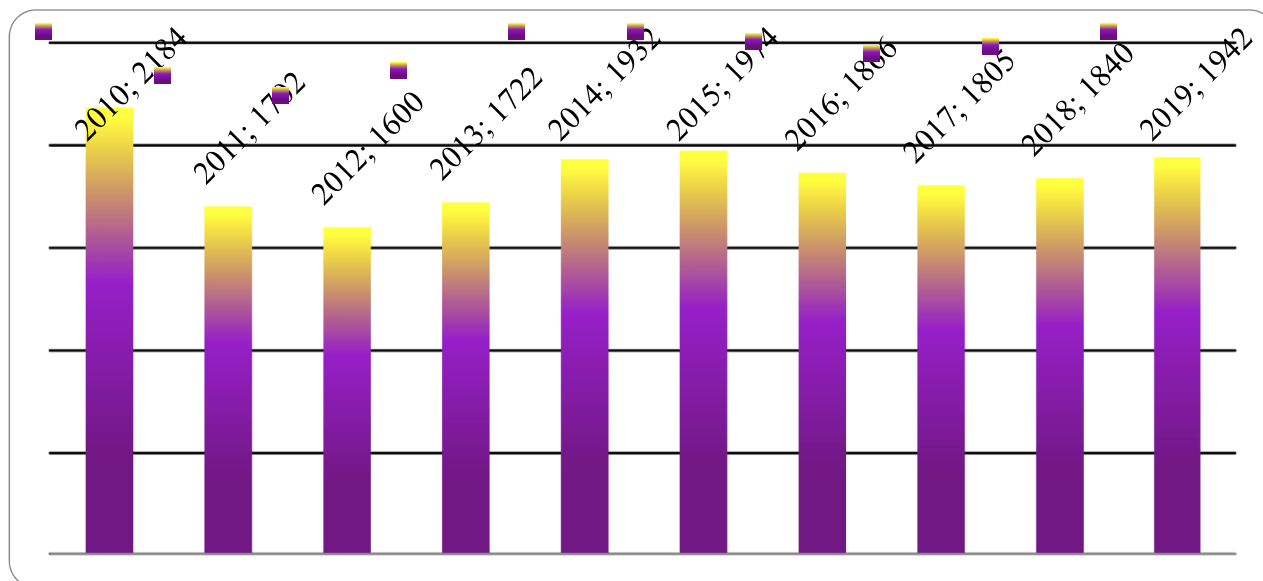


Рис. 2. Динаміка показника кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності за 2010-2019 рр., тис. од.

Таблиця 3

**Вихідні дані для визначення наявності кореляційної залежності ВВП України від кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності за 2010-2019 рр.**

Роки	$i$	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ВВП, млрд. грн.	$x_i$	1079,35	1299,99	1404,67	1465,2	1586,92	1988,54	2385,37	2983,88	3560,6	3978,4
Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності, тис.од.	$y_i$	2184	1702	1600	1722	1932	1974	1866	1805	1840	1942

Таблиця 4

**Результати розрахунків кореляційної залежності ВВП України від кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності за 2010-2019 рр.**

$i$	$x_i$	$y_i$	$x_i y_i$	$x_i^2$	$y_i^2$
2010	1079,35	2184	2357300	1164996	4769856
2011	1299,99	1702	2212583	1689974	2896804
2012	1404,67	1600	2247472	1973098	2560000
2013	1465,2	1722	2523074	2146811	2965284
2014	1586,92	1932	3065929	2518315	3732624
2015	1988,54	1974	3925378	3954291	3896676

$i$	$x_i$	$y_i$	$x_i y_i$	$x_i^2$	$y_i^2$
2015	2385,37	1866	4451100	5689990	3481956
2016	2983,88	1805	5385903	8903540	3258025
2017	3560,6	1840	6551504	12677872	3385600
2018	3978,4	1942	7726053	15827667	3771364
2019	1079,35	2184	2357300	1164996	4769856
$\Sigma$	<b>21733</b>	<b>18567</b>	<b>40446298</b>	<b>56546555</b>	<b>34718189</b>

За даними табл. 4 знаходимо середнє значення показників:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} = \frac{18567}{10} = 1856,7$$

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n} = \frac{21733}{10} = 2173,3$$

$$\overline{x^2} = \frac{\sum x_i^2}{n} = \frac{5654655}{10} = 564565,5$$

$$\overline{y^2} = \frac{\sum y_i^2}{n} = \frac{34718189}{10} = 3471818,9$$

$$\overline{xy} = \frac{\sum x_i \cdot y_i}{n} = \frac{40446298}{10} = 4044629,8$$

Система нормальних рівнянь:

$$\beta_0^* + 2173,3 \cdot \beta_1^* = 1856,7$$

$$2173,3 \cdot \beta_0^* + 5654655 \cdot \beta_1^* = 40446298$$

За результатами розв'язання системи отримаємо:

$$\beta_0^* = 1834,6$$

$$\beta_1^* = 0,01018$$

Таким чином, рівняння прямої лінії регресії буде мати наступний вигляд:

$$y_{x_i}^* = 1834,6 + 0,01018x_i$$

Далі знаходимо:

$$\sigma_x = \sqrt{\overline{x^2} - (\bar{x})^2} = \sqrt{564565,5 - 1856,7^2} = 965,78$$

$$\sigma_y = \sqrt{\overline{y^2} - (\bar{y})^2} = \sqrt{3471818,9 - 2173,3^2} = 152,87$$

Визначаємо коефіцієнт кореляції:

$$r_{xy}^* = \frac{\sigma_x}{\sigma_y} \cdot \beta_1^* = \frac{965,78}{152,87} \cdot 0,01018 = 0,06277$$

Близькість коефіцієнта кореляції до 0 доводить той факт, що зв'язок між показником ВВП та кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності за 2010-2019 рр.

відсутній, це підтверджує той факт, що зміна кількості суб'єктів господарювання не в повній мірі впливає на розмір ВВП країни, це пов'язано з багатьма факторами: не чиста конкуренція; корупційні схеми; недосконалі податкова та державна політика та інші. Все це призводить до недостатнього рівня інноваційно-орієнтованого розвитку підприємств та держави в цілому.

А допомогою програми Statistica отримано наступні графічні показники кореляційного аналізу залежності ВВП України від кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності за 2010-2019 рр. (рис. 3-6).

В турбулентних умовах розвиток промислових підприємств, галузей та економіки країни в цілому базується на активному використанні інноваційних технологій, що в свою чергу призводить до створення нових продуктів, додаткових робочих місць, підвищення інвестиційної привабливості тощо. Основними напрямками інноваційно-орієнтованого розвитку є: високий рівень освіти та розвитку науки; висока частка інноваційних підприємств; збільшення частини інноваційних технологічних галузей у ВВП країни; фінансова підтримка держави та бізнесу науково-дослідних проєктів; діджиталізація та цифровізація процесів тощо.

Сучасний етап інноваційно-орієнтованого розвитку характеризується тим, що саме наука та її досягнення визначають векторні напрями та динаміку економічного зростання, рівень життя населення, рівень національної безпеки та стан держави на світовій арені. Економіка, заснована на інноваціях та знаннях, має зростаючий стратегічний потенціал у умовах цифрових трансформацій.

Ефективність інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання в умовах цифрових трансформацій полягає у напрямках, які представлено на рис. 7.

Ефективність інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання полягає не лише у використанні високих технологій, а й інноваційні зміни в системі управління. Це вимагає реорганізації системи управління на основі продукування інноваційно-креативних технологій управління.

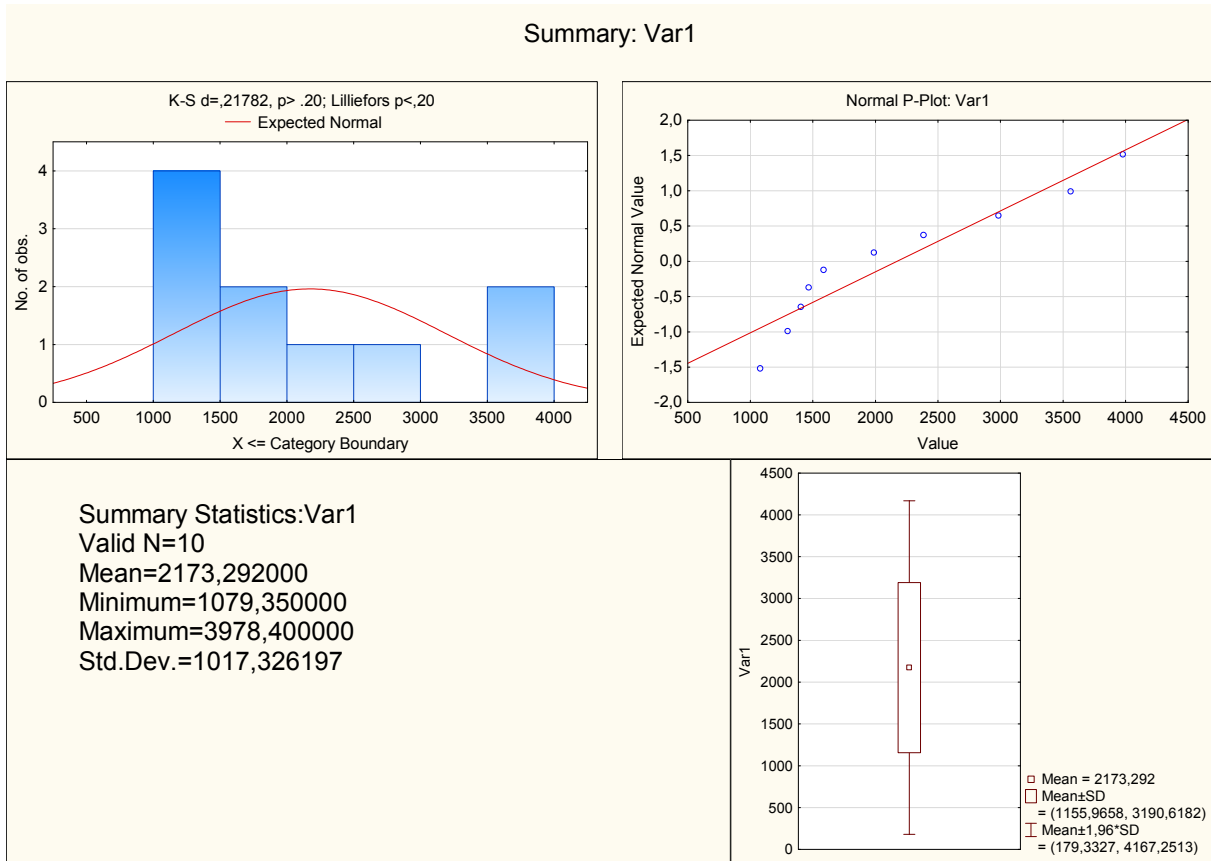


Рис. 3. ВВП України за період 2010-2019 рр. (млрд. грн.)

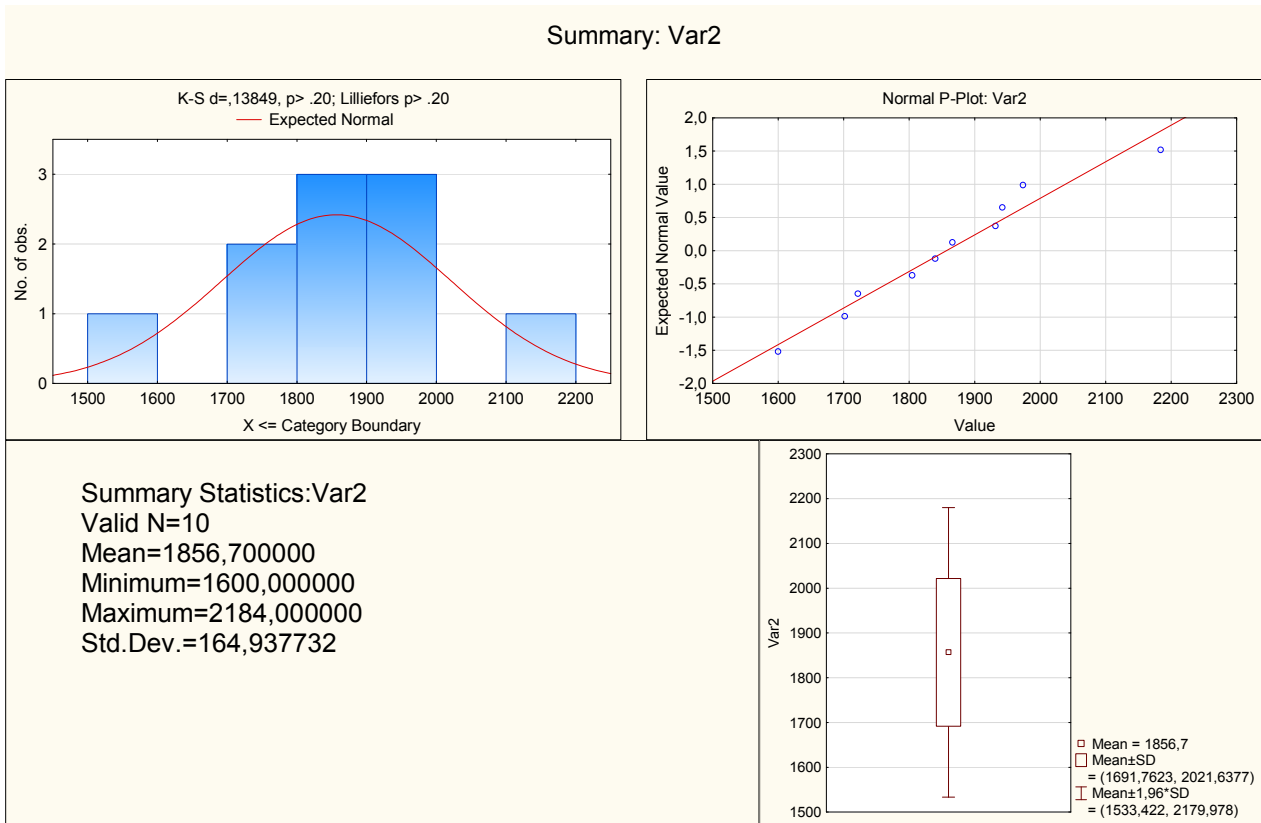


Рис. 4. Кількість суб'єктів господарювання в Україні за період 2010-2019 рр. (тис. од.)

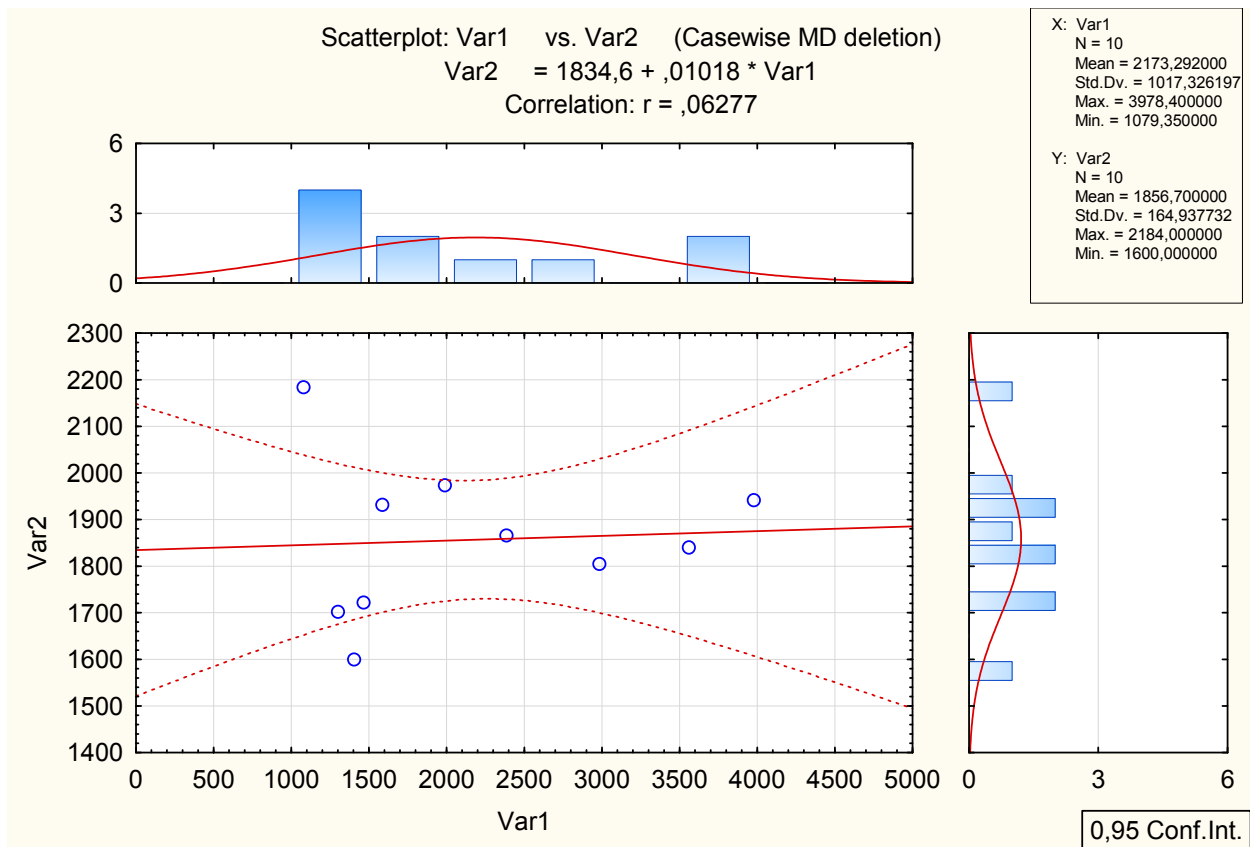


Рис. 5. Результати розрахунку кореляційної залежності ВВП України від кількості суб'єктів господарювання за 2010-2019 рр.

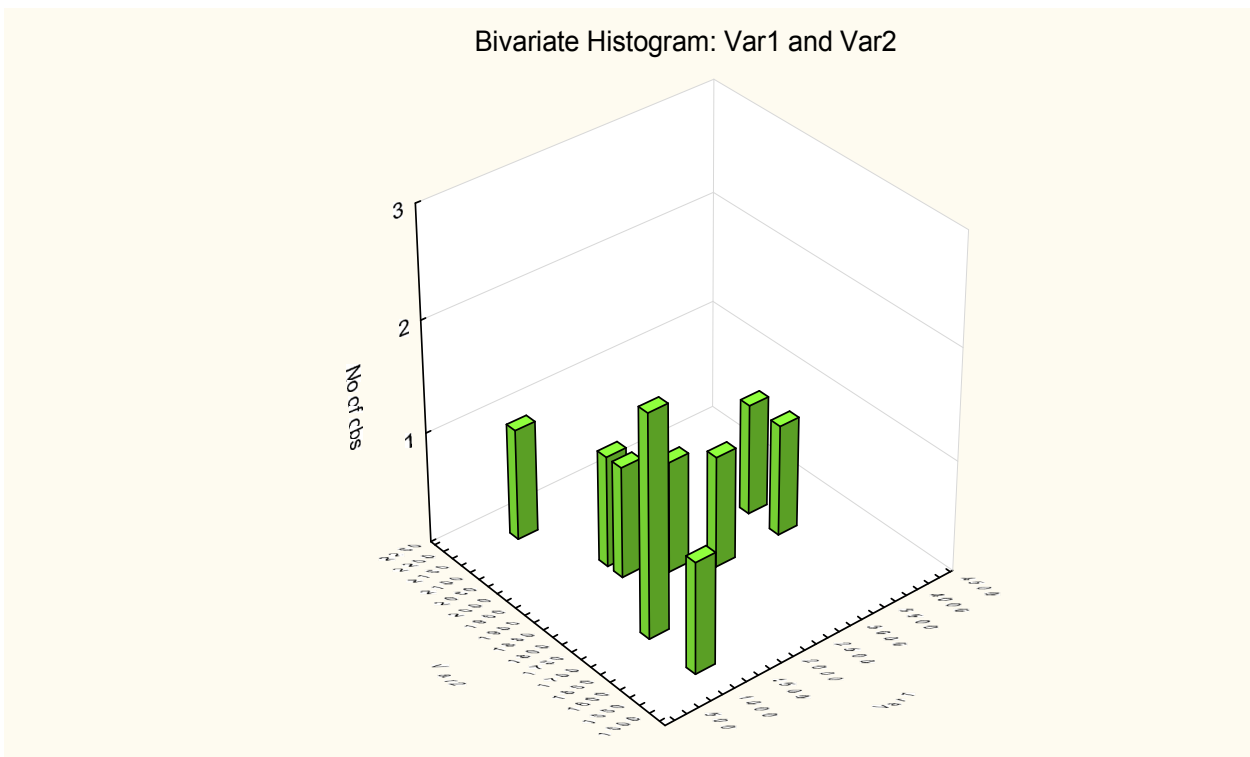


Рис. 6. Двовимірна гістограма залежності ВВП України від кількості суб'єктів господарювання за 2010-2019 рр.

Суб'єктам господарювання, які мають намір гнучко працювати, необхідно формувати та впроваджувати інноваційні підходи в своїй діяльності та в системі управління в цілому. Їх

суть полягає у створенні такої системи управління, в якій людський капітал інтегрований у інноваційні бізнес-процеси, що забезпечують якісне виробництво інноваційного продукту в умовах цифрових трансформацій.

У сучасних умовах людський капітал (знання, вміння та навички) є одним з головних економічних ресурсів, який формує ефективність інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання з урахуванням цифрових трансформацій. Сталый розвиток суспільства та концепція національного багатства базуються на визнанні людського капіталу рушійною силою суспільного розвитку, який виконує різні економічні функції.

Соціально-економічні перетворення, що відбувалися в останні роки, не могли не вплинути на сферу формування та відтворення людського капіталу та визначені його ролі у

формуванні інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання. Ця сфера завдяки своїй високій інерційності та специфіці свого функціонування виявилася найменш пристосованою до радикальних змін в житті суспільства. Зростання негативних процесів посилює відставання вітчизняної економіки від провідних країн світу, завдяки неефективному використанні людського капіталу та глобальному відтоку його за кордон.

Сучасний процес інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання з урахуванням цифрових трансформацій має складний багатовимірний характер. Застосування тієї чи іншої моделі інноваційного процесу значною мірою залежить від макро- та мікроекономічних умов господарської діяльності окремих суб'єктів господарювання - учасників сучасного інноваційного процесу.



Рис. 7. Ефективність інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання з урахуванням цифрових трансформацій

**Висновок.** Отже, питання інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання з урахуванням цифрових трансформацій, полягає в детальній конкретизації завдання розробки методів

управління конкурентоспроможністю за допомогою інноваційної складової.

Визначено, що економічні кризи, нестабільне становище більшості вітчизняних суб'єктів господарювання, недостатня кількість

фінансових ресурсів, відсутність ефективної системи мотивації людського капіталу та не гнучка система управління сформували сумнівні орієнтири реалізації процесу інноваційності.

Для ефективного інноваційно-орієнтованого розвитку суб'єктів господарювання в умовах цифрових трансформацій необхідно створити організаційно-економічні механізми, які

будуть стимулювати весь процес створення інноваційного товару чи послуги. Потрібна зацікавленість у інноваційно-орієнтованому розвитку інституційних органів державного та місцевого самоврядування, а також бізнес-структур, які будуть фінансувати інноваційні проекти, формувати та впроваджувати ефективні інноваційні стратегії розвитку і створювати умови для їх реалізації.

#### **EFFICIENCY OF INNOVATION-ORIENTED DEVELOPMENT OF BUSINESSES IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATIONS**

**Tatiana Shelest**, Assistant Professor, Technology Management Department, Taras Shevchenko National University of Kyiv, st. Volodymyrska 60, Kiev, Ukraine, 01033, e-mail: tns.univ@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5237-6865>

The article determines that in the modern conditions of the development of the fourth industrial revolution, the emergence of cyber-physical complexes combined into one digital ecosystem, a significant role in economic growth is assigned to scientific and technological progress and the intellectualization of production processes. The introduction of innovative technologies is the main factor in market competition, by increasing production efficiency and improving the quality of goods and services. By creating favorable conditions for the development of scientific and technological progress, the constant introduction of innovative equipment, technologies and material resources into production, it is possible to achieve high development of economic entities and the country as a whole, which will increase the level of gross domestic product (GDP). Innovation-oriented development of business entities plays a major role in the modern economy and is an objective element of its functioning. Without the development and implementation of innovations, it is impossible to ensure the growth of productive forces and create conditions for the effective development of production taking into account digital technologies. The article determines that the issue of innovation-oriented development of business entities, taking into account digital transformations, is a detailed concretization of the task of developing methods for managing competitiveness with the help of an innovative component. Economic crises, the unstable position of the majority of domestic business entities, insufficient financial resources, the lack of an effective system for motivating human capital and an inflexible management system have formed dubious guidelines for the implementation of the innovation process. For the effective innovation-oriented development of business entities in the context of digital transformations, it is necessary to create organizational and economic mechanisms that will stimulate the entire process of creating an innovative product or service. We need an interest in the innovation-oriented development of institutional bodies of state and local self-government, as well as business structures that will finance innovative projects, form and implement effective innovative development strategies and create conditions for their implementation.

**Key words:** innovation-oriented development; business entities; gross domestic product; digital transformation; human capital.

#### **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ**

**Шелест Татьяна Николаевна**, ассистент кафедры технологий управления, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, ул. Владимирская, 60, Киев, Украина, 01033, e-mail: tns.univ@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5237-6865>

В статье определено, что в современных условиях развития четвертой промышленной революции, появлении киберфизических комплексов, объединенных в одну цифровую экосистему, значительную роль в экономическом росте отводят научно-техническому прогрессу и интеллектуализации процессов производств. Внедрение инновационных технологий является главным фактором рыночной конкуренции, за счет повышения эффективности производства и повышения качества товаров и услуг. Создавая благоприятные условия для развития научно-технического прогресса, постоянного внедрения в производство инновационного оборудования, технологий и материальных ресурсов, можно достичь высокого развития субъектов хозяйствования и страны в целом, что позволит повысить уровень валового внутреннего продукта (ВВП). Инновационно-ориентированное развитие субъектов хозяйствования играет главную роль в современной экономике и является объективным элементом ее функционирования. Без разработки и внедрения инноваций невозможно обеспечить рост производительных сил и создать условия для эффективного развития производства с учетом цифровых технологий. В статье определено, что вопрос инновационно-ориентированного развития субъектов хозяйствования с учетом цифровых преобразований, заключается в детальной конкретизации задачи разработки методов управления конкурентоспособностью с помощью инновационной составляющей. Экономические кризисы, нестабильное положение большинства отечественных субъектов хозяйствования, недостаточное количество финансовых ресурсов, отсутствие эффективной системы мотивации человеческого капитала и не гибкая система управления сформировали сомнительные ориентиры реализации процесса инновационности. Для эффективного инновационно-ориентированного развития субъектов хозяйствования в условиях цифровых преобразований необходимо создать организационно-экономические механизмы, которые будут стимулировать весь процесс создания

інноваційного товару или услуги. Нужна заинтересованность в инновационно-ориентированном развитии институциональных органов государственного и местного самоуправления, а также бизнес-структур, которые будут финансировать инновационные проекты, формировать и внедрять эффективные инновационные стратегии развития и создавать условия для их реализации.

**Ключевые слова:** инновационно-ориентированное развитие; субъекты хозяйствования; валовый внутренний продукт; цифровые трансформации; человеческий капитал.

### Література

1. Білик Р.С. Моделі інноваційного розвитку національних економік в умовах глобальної конкуренції. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. Випуск 2 (48). 2016. С.16-23.
2. Єгоров І.Ю. Система комплексних індикаторів оцінки науково-технічної та інноваційної діяльності в контексті процесів євроінтеграції. Наука та інновації. 2016. № 4. С. 21-23.
3. Друкер П. Ф. Инновации и предпринимательство. СПб.: Бук Чембер Интернэшнл, 1992. 160 с.
4. Кизим М. О., Белікова Н. В., Мощицька Т. О. Соціально-економічний розвиток регіонів України та модернізація їх устрою: монографія, Х.: ВД ІНЖЕК, 2011. 304 с.
5. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Дело, 1997. 704 с.
6. Прохорова В. В., Проценко В. М., Чобіток В. І. Формування конкурентної стратегії підприємств на засадах інноваційно-спрямованого інвестування : монографія. Харків: Українська інженерно-педагогічна академія, 2015. 291 с.
7. Чобіток В. І. Інтелектуалізація управління холістичним розвитком підприємств: категоріальний силогізм. Бізнес Інформ. 2020. № 2. С. 463-472.
8. Хаустова В. Є., Решетняк О. І. Основні тенденції та проблеми розвитку науки в Україні. Проблеми економіки № 2 (40), 2019. С. 62-72.
9. Vovk, V., Zhezherun, Y., Bilovodska, O., Babenko, V., & Biriukova, A. Financial Monitoring in the Bank as a Market Instrument in the Conditions of Innovative Development and Digitalization of Economy: Management and Legal Aspects of the Risk-Based Approach, International Journal of Industrial Engineering & Production Research, 2020. 31(4), pp. 559-570. <https://doi.org/10.22068/ijiepr.31.4.559>
10. Kuznetsov, A., Kiian, A., Babenko, V., Perevozova, I., Chepurko, I., and Smirnov, O. New Approach to the Implementation of Post-Quantum Digital Signature Scheme, 2020 IEEE 11th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies (DESSERT), Kyiv, Ukraine, 2020, pp. 166-171, <https://doi.org/10.1109/DESSERT50317.2020.9125053>
11. <https://uk.wikipedia.org>
12. <http://www.ukrstat.gov.ua>

### References

1. Bilyk R.S.(2016) Modeli innovatsiinoho rozvytku natsionalnykh ekonomik v umovakh hlobalnoi konkurentsii. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriiia Ekonomika. Vypusk 2 (48). 2016. S.16-23. [in Ukrainian]
2. Yehorov I.Iu. (2016) Systema kompleksnykh indyktoriv otsinky naukovo-tekhnichnoi ta innovatsiinoi diialnosti v konteksti protsesiv yevrointehratsii. Nauka ta innovatsii. 2016. № 4. S. 21-23. [in Ukrainian]
3. Druker P. F. (1992) Ynnovatsyy u predprynymatelstvo. SPb.: Buk Chamber Ynternэшnl, 1992. 160 s. [in Russia]
4. Kyzym M. O., Bielikova N. V., Moshchytska T. O. (2011) Sotsialno-ekonomichnyi rozvytok rehioniv Ukrainy ta modernizatsiia yikh ustroi: monohrafiia , Kh.: VD INZhEK, 2011. 304 s. [in Ukrainian]
5. Meskon M., Albert M., Khedoury F. (1997) Osnovi menedzhmenta. Delo, 1997. 704 s. [in Russia]
6. Prokhorova V. V., Protsenko V. M., Chobitok V. I. (2015) Formuvannia konkurentnoi stratehii pidpriemstv na zasadakh innovatsiino-spriamovanoho investuvannia: monohrafiia. Kharkiv: Ukrainska inzhenerno-pedahohichna akademiia, 2015. 291 s. [in Ukrainian]
7. Chobitok V. I. (2020) Intelektualizatsiia upravlinnia kholistychnym rozvytkom pidpriemstv: katehorialnyi sylohizm. Biznes Inform. 2020. № 2. С. 463-472. [in Ukrainian]
8. Khaustova V. Ye., Reshetniak O. I. (2019) Osnovni tendentsii ta problemy rozvytku nauky v Ukraini. Problemy ekonomiky № 2 (40), 2019. S. 62-72. [in Ukrainian]
9. Kuznetsov, A., Kiian, A., Babenko, V., Perevozova, I., Chepurko, I., and Smirnov, O. (2020). New Approach to the Implementation of Post-Quantum Digital Signature Scheme, 2020 IEEE 11th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies (DESSERT), Kyiv, Ukraine, 2020, pp. 166-171, <https://doi.org/10.1109/DESSERT50317.2020.9125053>
10. Vovk, V., Zhezherun, Y., Bilovodska, O., Babenko, V., & Biriukova, A. (2020) Financial Monitoring in the Bank as a Market Instrument in the Conditions of Innovative Development and Digitalization of Economy: Management and Legal Aspects of the Risk-Based Approach, International Journal of Industrial Engineering & Production Research, 31(4), pp. 559-570. <https://doi.org/10.22068/ijiepr.31.4.559>
11. <https://uk.wikipedia.org>
12. <http://www.ukrstat.gov.ua>

Статтю отримано 11 квітня 2021 р.



## БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ\*

**Шкодiна Iрина Вiталiївна**

докт. екон. наук, професор  
кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії

ХНУ імені В.Н.Каразіна

майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61077

e-mail: iryna.shkodina@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4035-3188>

Scopus author ID: 36069985400

**Зеленько Олександр Олегович**

канд. екон. наук, доцент кафедри  
кафедра економічної теорії, ХНПУ імені Г.С.Сковороди

вул. Алчевських, 29, м. Харків, Україна, 61002

e-mail: azelenko1077@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7283-0914>

У статті розглянуто особливості формування та реалізації бюджетної політики в економіці України, які мають суттєвий вплив на її результативність. Мета: визначення особливостей формування та реалізації бюджетної політики та їх наслідків для національної економіки України. Використовуються загальнонаукові методи пізнання: аналізу і синтезу – для виокремлення окремих особливостей бюджетної політики як на етапі формування так і її реалізації, системно – логічний – для формулювання наслідків існуючої бюджетної політики в Україні та пропозицій із її удосконалення. Отримано такі результати: на основі проведеного у статті дослідження виявлені сучасні особливості формування та реалізації бюджетної політики, які мають суттєвий вплив на її результативність. Проаналізовано наслідки зазначених особливостей для соціально – економічних процесів в країні. З метою покращення результатів бюджетної політики запропоновано систему взаємопов'язаних кроків, які передбачають розробку довгострокової стратегії розвитку економіки, структурно – інвестиційної політики держави з чіткими пріоритетами, бюджетної стратегії на декілька років з обов'язковою прив'язкою до пріоритетів розвитку та запланованих реформ, проведення реформ у пов'язаних з бюджетною системою сферах діяльності, посилення контролю за цільовим використанням бюджетних коштів. Висновки: Проведений аналіз свідчить, що на сучасному етапі розвитку бюджетна політика має певні особливості, які суттєво послаблюють позитивний ефект її застосування. З урахуванням того, що бюджетна політика має значний вплив на напрям розвитку та на ділову активність національної економіки зазначений напрям дослідження ще тривалий час потребуватиме уваги дослідників. Актуальними, є питання пов'язані з формуванням та реалізацією бюджетної стратегії, вибором та фінансуванням структурних пріоритетів та ін.

**Ключові слова:** бюджетна політика, особливості формування та реалізації бюджетної політики, стратегія розвитку економіки, бюджетна стратегія.

**Постановка завдання.** Безпрецедентні заходи державної підтримки, які зараз здійснюють уряди багатьох країн світу демонструють роль та можливості впливу бюджетної політики на стан та економічну динаміку національної економіки. Вдале використання інструментарію бюджетної політики дозволяє країнам підтримати сукупний попит і пропозицію в період пандемії COVID-19 та пом'якшити пов'язані з нею економічні проблеми (падіння обсягів виробництва, зайнятості, доходів, інвестицій та ін.) Зазначені негативні наслідки COVID-19 не

оминули і Україну, яка, також, відчула значні економічні проблеми і у такій ситуації застосувала інструменти бюджетної політики. Однак, не зважаючи на наявність значного досвіду та переваг використання бюджетної політики в світовій економічній думці у порівнянні із використанням традиційної монетарної політики, в Україні використання бюджетної політики свідчить про її невисоку ефективність [ 15, с.312].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

З урахуванням важливої ролі бюджетної політики, яку вона відіграє у формуванні

\* **Cite as:** Shkodina, I., Zelenko, O. (2021). Budget Policy and its Features in the Economy of Ukraine, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 145-151. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-15>

економічної політики держави зазначеному питанню присвячена значна кількість наукових досліджень. Вагомий внесок у розуміння теоретичних основ формування бюджетної політики та її практичної реалізації в сучасних умовах, дослідженню її ролі у регулюванні соціально – економічних процесів внесли роботи В. Дем'янишина та С. Юрія, дослідженню теоретичних засад формування бюджетного механізму та перспективам його модернізації присвячені роботи З. Лободіної. Значний внесок у розуміння основ бюджетного регулювання економіки, формування бюджетного механізму, який спрямований на економічний розвиток внесли дослідження І. Чугунова. Важлива роль у розумінні особливостей формування та реалізації пріоритетів бюджетної політики та можливостей підвищення ефективності бюджетного механізму належить роботам Я. Жаліла. Формуванню та реалізації бюджетної політики та напрямам її удосконалення в умовах децентралізації, розвитку міжбюджетних відносин в сучасних умовах присвячені роботи А. Лисяк та ін. Не зважаючи на значну увагу науковців до зазначеного напрямку досліджень висока швидкість змін в українській економіці та у політико – управлінському середовищі робить актуальним подальший аналіз змін у бюджетній політиці та їх наслідків для економіки України.

**Постановка завдання.** Визначення особливостей формування та реалізації бюджетної політики та їх наслідків для національної економіки.

Під час дослідження використовуються загальнонаукові методи пізнання: аналізу і синтезу – для виокремлення окремих особливостей бюджетної політики як на етапі формування так і на етапі її реалізації, системно – логічний – для формулювання наслідків існуючої бюджетної політики в Україні та пропозицій із її удосконалення.

**Виклад основного матеріалу.** У найбільш загальному вигляді бюджетна політика – це діяльність держави щодо використання бюджетних відносин для забезпечення соціально – економічного розвитку суспільства. [7, с.23] Бюджетна політика є однією із важливих складових економічної політики, яка має значний вплив на вектор розвитку економіки, підприємництва, населення забезпечуючи реалізацію функцій держави.

З огляду на такі можливості впливу країни світу активно використовують інструменти бюджетної політики для підтримки, стимулювання ділової активності в економіці які включають в себе виплати працівникам, які втратили роботу під час пандемії COVID-19, масштабні програми підтримки підприємницького сектору економіки та ін. Українська влада, діючи в руслі світових тенденцій, здійснила певні кроки з метою

підтримки економіки використовуючи інструменти бюджетної політики. Однак, напрями підтримки та отримані результати виявилися значно скромнішими ніж у інших країнах. На нашу думку така результативність пов'язана з особливостями розробки та реалізації заходів бюджетної політики в Україні.

Серед зазначених особливостей, які суттєво впливають на результат бюджетної політики можна назвати наступні:

- аналіз рішень законодавчої та виконавчої влади свідчить, що існує проблема відсутності системного бачення майбутнього розвитку економіки України та шляхів її подальшого реформування. Внаслідок цього, спостерігається несистемне, хаотичне реформування національної економіки, часта зміна векторів розвитку та пріоритетів економічної політики, відсутність послідовності у проведенні реформ при зміні влади та ін. Зазначена особливість відбивається і на формуванні та реалізації бюджетної політики, зокрема, у використанні неефективних підходів до розподілу ресурсів бюджету з точки зору світових тенденцій розвитку;

- як і у попередні роки українська влада не має у порядку денному планів із розробки та реалізації політики соціальної справедливості, що ставить під загрозу не лише майбутній економічний розвиток, а й існування української держави. Як свідчать численні дослідження у США, Великобританії, Іспанії, Бразилії соціальна справедливість є важливою умовою для сталого розвитку політичної та економічної системи у будь-якій країні [13, с.21,34,46,48,62-63];

- одним із важливих чинників, який впливає на дохідну частину бюджету є фінансовий стан стратегічних державних підприємств, які є великими платниками податків (НАК «Нафтогаз України», НАЕК «Енергоатом» та ін.). Політика діючого уряду, як і попередників, по відношенню до стратегічних підприємств базується на врахуванні інтересів українських фінансово – промислових груп та груп впливу в українській політиці, тому говорити про ефективність роботи таких підприємств та їх прозорість не доводиться. Перевірка Держаудитслужбою у 2020 р. НАК «Нафтогаз України» за період з жовтня 2018 по грудень 2019 р. виявила фінансових порушень на 225 млрд.грн., через що втрати державного бюджету перевищили 75 млрд. грн. [11] Зменшилися надходження і від НАЕК «Енергоатом» через політику держави на енергетичному ринку, яка спрямована на забезпечення інтересів провідних фінансово – промислових груп. Так, за 8 місяців 2019 р. компанія сплатила до бюджетів усіх рівнів 9015,4 млн. грн. податків, за 8 місяців 2020 р. обсяг сплачених податків становив 7236,7 млн. грн. [8] ;

- непрозорий, часто відверто лобістський розподіл коштів, який не має нічого спільного з виваженою економічною політикою, спрямованою на розвиток національної економіки. Так, у підготовленому Кабінетом Міністрів України до другого читання проєкті бюджету на 2021 рік відбулося скорочення фінансування Міністерства освіти і науки на 4 млрд.грн., майже на 5 млрд. грн. скорочено видатки на регіональні програми розвитку, скорочено фінансування міністерств економічного профілю на 2 млрд.грн. [2] Однак, уряд залишив без ґрунтового обґрунтування підвищення фінансування Офісу президента (на 357 млн.грн.), Кабінету Міністрів України (на 180 млн.грн.), Верховної Ради (на 184 млн.грн). Відмітимо, що було підвищено фінансування судової влади, усіх правоохоронних органів. Також, викликає подив ініціатива депутатів партії влади виділити додаткові 3 млрд. грн. на фінансування розвитку інфраструктури аеропортів.[5] На погляд експертів, фінансування розвитку аеропортів в період майже повного падіння авіаперевезень не можна вважати ефективним шляхом використання обмежених коштів бюджету. [10] Застосування зазначеної практики суттєво зменшує можливості бюджетної політики із стимулювання економіки, розвитку науки та освіти, посилення соціальної політики з відповідними наслідками для ділової активності в економіці, освіти та рівня життя громадян[2,5];

- поширена практика нецільового використання коштів, яка суттєво ослабляє стимулюючий характер бюджетної політики. Яскравим прикладом такої практики є створення у 2020 р. фонду боротьби із COVID-19 в якому було акумульовано 66 млрд. грн. кошти якого, за логікою подій та заяв урядовців, призначались для боротьби з наслідками поширення коронавірусу. Як можна побачити з даних Міністерства фінансів України, значна частка витрат виявилася не пов'язана з підготовкою країни до епідемії COVID-19 та підтримкою населення, малого бізнесу: значна частина коштів фонду виділена на будівництво доріг (заплановано виділити 31,44 млрд. грн.), виплати працівникам поліції (заплановано 2,53 млрд. грн.), державну підтримку сфери культури, туризму та креативних індустрій (заплановано 1 млрд. грн.), часткове відновлення видатків у сфері культури і спорту (0,475 млрд. грн.), повернення коштів за пробне ЗНО (0,052 млрд. грн.) та ін. [14] Як наслідок, система охорони здоров'я виявилася не готовою до 2-ї хвилі COVID-19: у жовтні – листопаді 2020 р., через 7 місяців після введення карантину виявилось, що і досі не вистачає місць у лікарнях, сучасного обладнання, медикаментів, апаратів штучної вентиляції

легенів та ін. Через складну ситуацію у системі охорони здоров'я уряд запровадив карантин вихідного дня, що мав негативні наслідки для ділової активності малого та середнього бізнесу, доходів зайнятих та податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів. Також, відмітимо, що використання коштів фонду не сприяє захисту найбільш незахищених верств населення;

- хронічне невиконання видаткової частини бюджету. Звертає на себе увагу проблема невиконання різнорівневих програм розвитку національної економіки. Так, за 8 місяців 2020 року не почалося фінансування 25 бюджетних програм на 9,5 млрд. грн. (1/8 від запланованих витрат бюджету на 2020 р.). [12] За думкою фахівців, Міністерство фінансів не спроможне реалізовувати масштабні програми підтримки розвитку економіки, реалізації масштабної соціальної політики, яка б охоплювала мільйони отримувачів (громадяни, малий бізнес). Практика свідчить, що міністерство здатне виконувати лише прості бюджетні програми, які не мають значного потенціалу у сфері підтримки бізнесу та населення [4];

- масштабне фінансування державних програм, які не мають значного впливу на ділову активність в національній економіці. В першу чергу мова йде про ініціативу влади щодо будівництва доріг державного значення. Не ставлячи під сумнів необхідність будівництва автошляхів в країні, варто зазначити, що реалізація зазначеної програми матиме не лише позитивні наслідки у вигляді нових автошляхів. По-перше, кошти на їх будівництво будуть вилучені із фонду, основним призначенням якого є боротьба з епідемією COVID-19 в країні, з відповідними негативними наслідками для здатності системи охорони здоров'я впоратись із зростанням кількості захворювань, ділової активності в економіці, надходжень до бюджетів усіх рівнів та ін. По-друге, важко погодитись з аргументами представників влади, що будівництво автошляхів матиме значний мультиплікативний вплив на ділову активність у вітчизняних галузях економіки. Проблема полягає у тому, що в економіці України не сформований самодостатній галузевий кластер, який спеціалізується на такому будівництві (виробництво бітуму, спецтехніки, наявність необхідної кількості фахівців та кваліфікованих працівників), а темпи будівництва шляхів значно перевищують можливості економіки з виробництва відповідних матеріалів (наприклад, бітуму). За оцінками експертів, близько 50% усіх коштів, які влада планує витратити на будівництво автошляхів (2 млрд. дол. США), отримають іноземні виробники бітуму, спецтехніки та ін. Отже, уряд в умовах серйозної економічної кризи

вітчизняними коштами підтримує економіки інших країн (Турція, Китай, Росія, Білорусь) [1];

- збереження практики підтримки держбюджету в обмін на надання преференцій для політичних груп впливу, окремих депутатів. Поширена практика в українській владі, яка має, здебільшого, негативний вплив на ефективність і прозорість розподілу та використання коштів державного бюджету. Так, при підготовці проекту бюджету на 2021 р. видатки бюджету на депутатські потреби збільшилися на 7,4 млрд. грн. при одночасному зменшенні видатків на регіональний розвиток через Державний фонд регіонального розвитку на 3,2 млрд. грн., який є основою для фінансування програм регіонального розвитку в країні. [10] Відзначимо, що подібна практика існує давно і Міністерство фінансів намагається позбавитись цієї практики, однак безуспішно. Її існування призводить до перерозподілу ресурсів бюджету з Державного фонду регіонального розвитку (ДФРР) та до зменшення субвенцій на розвиток об'єднаних територіальних громад (ОТГ) на користь видатків на здійснення депутатських повноважень. Причина такого стану справ полягає у тому, що фінансування програм ДФРР та субвенції ОТГ мають чіткі правила розподілу та використання, а видатки на депутатські потреби не обтяжені такими правилами. [6] Таким чином, при формуванні та реалізації бюджетної політики вже багато років існує практика коли депутатам та групам впливу в українській політиці вдається скорочувати статті видатків бюджету з прозорими і чіткими правилами розподілу на користь видатків на депутатські потреби, які можна розподіляти на власний розсуд. В результаті, фінансові ресурси отримують не ті регіони, які найбільше їх потребують для розв'язання гострих соціально-економічних проблем, а регіони, депутати з яких мають можливість домовитись із владою.

Підсумовуючи, відмітимо, що бюджетна політика на сучасному етапі розвитку країни характеризується певним відкатом у минуле, нівелюванням позитивних досягнень та виникненням проблем, що вже були вирішені раніше. Дослідження Інституту суспільно-економічних досліджень свідчать, що формування та реалізація бюджетної політики стали засобом лише політики стабілізації, бюджетний механізм практично втратив функцію інструмента економічного розвитку національної економіки. Суттєве обмеження видатків на економічний розвиток, підтримку соціальної сфери стало важливим чинником посилення економічного спаду, скорочення експорту, інвестицій і споживчих витрат. Процедура розробки та реалізації бюджетної політики є результатом ситуативних, непрозорих домовленостей, а не результатом виваженої довгострокової економічної

політики. Дослідження свідчать, що практично втрачений контроль за обґрунтованістю доходів і видатків бюджетних установ і організацій [3].

З урахуванням зазначених особливостей та вад бюджетної політики вбачається доцільним запропонувати наступні кроки з метою удосконалення бюджетної політики та посилення її впливу на національну економіку:

- необхідним є формування довгострокової стратегії розвитку економіки, яка повинна дати відповідь на питання, яку економічну модель уряд збирається будувати, які ресурси для цього потрібні і які реформи необхідно провести;

- на основі стратегії необхідно розробити структурно-інвестиційну політику з чітким визначенням пріоритетів розвитку економіки та заходами із залучення інвестицій у пріоритетні галузі. Інвестори повинні розуміти які довгострокові пріоритети розвитку сформовані в країні і яким чином держава стимулює інвестиційні процеси в пріоритетних галузях [9];

- на основі впровадження попередніх пропозицій необхідно вбачається розробка бюджетної стратегії, яка дозволить упорядкувати доходи і видатки бюджету на декілька років з обов'язковою прив'язкою до запланованих реформ (стратегія повинна містити перелік реформ, їх пріоритетність, вартість розробки і реалізації, терміни впровадження та ін.);

- одночасне реформування пов'язаних з бюджетною системою сфер діяльності: податкової системи, боргової політики держави, проведення регуляторної і адміністративної реформи, реформування системи соціального захисту, охорони здоров'я, освіти і науки та ін. [3];

- розробка політики по відношенню до великих державних підприємств, які мають стратегічне значення для економіки країни. Зазначена політика повинна сприяти упорядкуванню системи управління, скороченню витрат. Головна мета-підвищення прозорості та прибутковості зазначених компаній.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Проведений аналіз свідчить, що на сучасному етапі розвитку бюджетна політика має певні особливості, які суттєво послаблюють позитивний ефект її застосування. З урахуванням того, що бюджетна політика має значний вплив на ділову активність національної економіки зазначений напрям дослідження тривалий час потребуватиме уваги дослідників. Актуальними залишаться питання пов'язані з формуванням та реалізацією бюджетної стратегії, вибором та фінансуванням структурних пріоритетів та багато ін.

## BUDGET POLICY AND ITS FEATURES IN THE ECONOMY OF UKRAINE

**Irina Shkodina**, Doctor of Economics, Professor, Department of International Business and Economic Theory, V.N.Karazin Kharkiv National University, Svobody, 4, Kharkiv, Ukraine, 61077, Email: iryna.shkodina@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4035-3188>, Scopus author ID: 36069985400

**Oleksandr Zelenko**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Economic Theory, G.S.Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University, Alchevsky st., 29, Kharkiv, Ukraine, 61002, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7283-0914>

The article considers the peculiarities of the formation and implementation of budget policy in the economy of Ukraine that have a significant impact on its effectiveness. Purpose: to define the peculiarities of the formation and implementation of budget policy and their consequences for the national economy of Ukraine. General scientific methods of obtaining knowledge have been used: analysis and synthesis - to distinguish certain features of budget policy both at the formation and implementation stages, and a system-based logical method - to assess the consequences of the existing budget policy in Ukraine and proposals for its improvement. The following results have been obtained: modern features of the formation and implementation of budget policy which have a significant impact on its effectiveness have been revealed. The impact of these features on socio-economic processes in the country has been analyzed. A system of related steps has been proposed to improve the results of a budget policy. It includes the development of a long-term strategy for the development of the economy, a structural investment policy of the state with well-defined priorities, a budget strategy with mandatory alignment with development priorities and planned reforms for several years, reforms in areas related to the budget system, and increased control over the proper use of budget funds. Conclusions: The analysis shows that fiscal policy has certain features that significantly weaken the positive effect of its application at the current stage of development. As fiscal policy significantly affects the direction of development and the business activity of the national economy, this research strand will still need the researchers' attention over time. Issues related to the formation and implementation of the budget strategy, selection and financing of structural priorities and so on are relevant.

**Keywords:** budget policy, peculiarities of formation and implementation of budget policy, strategy of economy development, budget strategy.

## БЮДЖЕТНАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ В ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ

**Шкодина Ирина Витальевна**, докт.экон.наук, профессор, кафедра международного бизнеса и экономической теории, ХНУ имени В. Н. Каразина, площадь Свободы, 4, Харьков, Украина, 61077, e-mail: iryna.shkodina@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4035-3188>, Scopus author ID: 36069985400

**Зеленько Александр Олегович**, канд.экон.наук, доцент кафедры, кафедра экономической теории, ХНПУ имени Г. С. Сковороды, ул. Алчевских, 29, Харьков, Украина, 61002, e-mail: azelenko1077@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7283-0914>

В статье рассмотрены особенности формирования и реализации бюджетной политики в экономике Украины, которые имеют существенное влияние на ее результативность. Цель: определение особенностей формирования и реализации бюджетной политики и их последствий для национальной экономики Украины. Используются общенаучные методы познания: анализа и синтеза - для выделения отдельных особенностей бюджетной политики как на этапе формирования, так и ее реализации, системно - логический - для оценки последствий существующей бюджетной политики в Украине и предложений по ее усовершенствованию. Получены следующие результаты: выявлены современные особенности формирования и реализации бюджетной политики, которые имеют существенное влияние на ее результативность. Проанализированы последствия указанных особенностей для социально - экономических процессов в стране. С целью улучшения результатов бюджетной политики предложена система взаимосвязанных шагов, которые предусматривают разработку долгосрочной стратегии развития экономики, структурно - инвестиционной политики государства с четкими приоритетами, бюджетной стратегии на несколько лет с обязательной привязкой к приоритетам развития и запланированных реформ, проведение реформ в связанных с бюджетной системой сферах деятельности, усиление контроля за целевым использованием бюджетных средств. Выводы: Проведенный анализ свидетельствует, что на современном этапе развития бюджетная политика имеет определенные особенности, которые существенно ослабляют положительный эффект ее применения. С учетом того, что бюджетная политика существенно влияет на направление развития и на деловую активность национальной экономики, данное направление исследования еще длительное время будет нуждаться во внимании исследователей. Актуальными являются вопросы, связанные с формированием и реализацией бюджетной стратегии, выбором и финансированием структурных приоритетов и пр.

**Ключевые слова:** бюджетная политика, особенности формирования и реализации бюджетной политики, стратегия развития экономики, бюджетная стратегия.

## Література

1. Алексей Кушч: Первый локдаун был одной из самых больших ошибок нашей власти — украинская экономика продолжает нести тяжелые потери. Экономические новости : веб – сайт. URL: <https://enovosty.com/ekonomika/full/2310-aleksey-kushh-pervyj-lokdaun-by-l-odnoj-iz-samyx-bolshix-oshibok-nashej-vlasti-ukrainskaya-ekonomika-prodolzhaet-nesti-tyazhelye-poteri>
2. Бюджет-2021: Попри обіцянки підвищення видатків на Офіс Зеленського залишили – нардеп. Економічна правда : веб – сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/11/27/668574/>
3. Бюджетна політика: прагматичний підхід до стратегічних рішень: Аврамченко К.В., Дешко А.А., Жаліло Я.А. та ін. К.: СТ-ДРУК, 2016. 112с.
4. В Украине сформировалась экономическая модель рантье, при которой никакого развития экономики и фондового рынка не будет, — Алексей Кушч. Экономические новости : веб – сайт. URL: <https://enovosty.com/ekonomika/full/2710-v-ukraine-sformirovalas-ekonomicheskaya-model-rante-pri-kotoroj-nikakogo-razvitiya-ekonomiki-i-fondovogo-rynka-ne-budet-aleksey-kushh>
5. Винокуров Я. Бюджет 2021. Які зміни уряд запланував для українців на наступний рік. Економічна правда : веб – сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/09/15/665123/>
6. Гаманюк О. Субвенція на соціально-економічний розвиток 2020: політичний розподіл залишився в менших обсягах. VoxUkraine : веб – сайт. URL: <https://voxukraine.org/uk/subventsiya-na-sotsialno-ekonomichnij-rozvitok-2020-politichnij-rozpodil-zalishivsia-v-menshix-obsyagah/>
7. Дем'янишин В. Г. Теоретичні засади бюджетної політики. *Світ фінансів*. 2007. №1. С.19 – 34.
8. Звіт «Підсумки роботи ДП «НАЕК «Енергоатом» за 8 місяців 2020 року». Енергоатом : веб – сайт. URL: [https://www.energoatom.com.ua/ua/press\\_centra-19/novini\\_kompanii-20/p/za\\_8\\_misaciv\\_energoatom\\_splativ\\_podatkiv\\_ta\\_plateziv\\_bil\\_s\\_niz\\_na\\_9\\_4\\_mlrn\\_grn-46304](https://www.energoatom.com.ua/ua/press_centra-19/novini_kompanii-20/p/za_8_misaciv_energoatom_splativ_podatkiv_ta_plateziv_bil_s_niz_na_9_4_mlrn_grn-46304)
9. Зеленько О. О., Гуцан Т. Г., Гура А. О. Інвестиційний клімат в економіці України: сучасний стан і напрями покращення. *Бізнес Інформ*. 2020. №1. С.100-107. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-1-100-107>
10. Витончена гра. Що отримали депутати за підтримку бюджету 2021. Економічна правда : веб – сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/11/6/666988/>
11. «Мінус» 75 мільярдів: що показав аудит «Нафтогазу» і хто понесе покарання. Економічна правда : веб – сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/10/6/665879/>
12. Станом на кінець вересня не почалося фінансування 25 бюджетних програм на 9,5 мільярдів. Економічна правда : веб – сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/09/29/665665/>
13. Стигліц Д.Ю. Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему : монографія. М. : Эксмо, 2012. 512 с.
14. Фонд боротьби з гострою респіраторною хворобою COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, та її наслідками. Міністерство фінансів України : веб-сайт. URL: [https://www.mof.gov.ua/uk/data\\_and\\_analytics-433](https://www.mof.gov.ua/uk/data_and_analytics-433)
15. Shkodina I, Yehorova Y., Yatsyna V. Monetary policy as a factor of global financial market volatility increasing. *Financial and credit activities: problems of theory and practice*. 2017. Vol 1, No 22. P. 307 - 313. URL: <http://fkd.org.ua/article/view/110044/105453>. <https://doi.org/10.18371/fcftp.v1i22.110044>

## References

1. Aleksey Kushch: Pervyy lokdaun byl odnoy iz samykh bol'shikh oshibok nashey vlasti — ukrainskaya ekonomika prodolzhaet nesti tyazhelye poteri. [Oleksiy Kushch: The first lockdown was one of the biggest mistakes of our government - the Ukrainian economy continues to suffer heavy losses.] *Ekonomicheskie Novosti* [Economic news]: veb – sayt. Available at: <https://enovosty.com/ekonomika/full/2310-aleksey-kushh-pervyj-lokdaun-by-l-odnoj-iz-samyx-bolshix-oshibok-nashej-vlasti-ukrainskaya-ekonomika-prodolzhaet-nesti-tyazhelye-poteri> (accessed 30 November 2020).
2. Bjudzhet-2021: Popry obicjanky pidvyshhennja vydatkiv na Ofis Zelenskogho zalyslyly – nardep. [Budget-2021: Despite promises to increase spending on the Office of Zelensky left - People's Deputy.] *Ekonomichna Pravda* [Economic Truth]: veb – sayt. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/11/27/668574/> (accessed 29 November 2020)
3. Avramchenko K.V., Deshko A.L., Zhailo Ja.A. (2016) *Bjudzhetna polityka: prahmatychnyj pidkhid do strategichnykh rishenj*. [Fiscal policy: a pragmatic approach to strategic decisions]: Kiev: ST-DRUK (in Ukrainian).
4. V Ukraine sformirovalas' ekonomicheskaya model' rant'e, pri kotoroy nikakogo razvitiya ekonomiki i fondovogo rynka ne budet, — Aleksey Kushch. [An economic model of rentier has formed in Ukraine, in which there will be no development of the economy and the stock market, - Oleksiy Kushch] *Ekonomicheskie novosti* [Economic news]: veb – sayt. Available at: <https://enovosty.com/ekonomika/full/2710-v-ukraine-sformirovalas-ekonomicheskaya-model-rante-pri-kotoroj-nikakogo-razvitiya-ekonomiki-i-fondovogo-rynka-ne-budet-aleksey-kushh> (accessed 29 November 2020)
5. Vynokurov Ja. Bjudzhet 2021. Jaki zminy urjad zaplanuvav dlja ukrajinciv na nastupnyj rik. [Budget 2021. What changes has the government planned for Ukrainians next year.] *Ekonomichna pravda* [Economic

Truth]: veb – sajt. Available at: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/09/15/665123/> (accessed 29 November 2020)

6. Ghamanjuk O. Subvencija na socialjno-ekonomichnyj rozvytok 2020: politychnyj rozpodil zalyshyvsja v menshykh obsjaghakh. [Subvention for socio-economic development 2020: political distribution remained smaller] *VoxUkraine*: veb – sajt. Available at: <https://voxukraine.org/uk/subventsiya-na-sotsialno-ekonomichnij-rozvytok-2020-politichnij-rozpodil-zalishivsy-a-v-menshih-obsyagah/> (accessed 28 November 2020)

7. Dem'janyshyn V. Gh. (2007) Teoretychni zasady bjudzhetnoji polityky. [Theoretical principles of budget policy]. *Svit finansiv*. vol. 1. pp.19 – 34.

8. Zvit «Pidsumky roboty DP «NAEK «Energhoatom» za 8 misjativ 2020 roku». [Report "Results of the work of NAEK Energoatom for 8 months of 2020"] *Energhoatom* [Energoatom]: veb – sajt. Available at: [https://www.energoatom.com.ua/ua/press\\_centra-19/novini\\_kompanii-20/p/za\\_8\\_misjativ\\_energoatom\\_splativ\\_podatkiv\\_ta\\_plateziv\\_bil\\_s\\_niz\\_na\\_9\\_4\\_mlrn\\_grn-46304](https://www.energoatom.com.ua/ua/press_centra-19/novini_kompanii-20/p/za_8_misjativ_energoatom_splativ_podatkiv_ta_plateziv_bil_s_niz_na_9_4_mlrn_grn-46304) (accessed 26 November 2020)

9. Zelenjko O. O., Ghucan T. Gh., Ghura A. O. (2020) Investycijnyj klimat v ekonomici Ukraini: suchasnyj stan i naprjamy pokrashhennja. [Investment climate in the economy of Ukraine: current status and areas for improvement]. *Biznes Inform*. vol. 1. pp.100-107. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-1-100-107>

10. Vytonchena ghra. Shho otrymaly deputaty za pidtrymku bjudzhetu 2021. [Graceful game. What did the deputies receive for supporting the 2021 budget] *Ekonomichna Pravda* [Economic Truth]: veb – sajt. Available at: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/11/6/666988/> (accessed 26 November 2020)

11. «Minus» 75 miljardiv: shho pokazav audyt «Naftogazu» i khto ponese pokarannja. [ "Minus" 75 billion: what the audit of "Naftogaz" showed and who will be punished.] *Ekonomichna pravda* [Economic Truth]: veb – sajt. Available at: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/10/6/665879/> (accessed 21 November 2020)

12. Stanom na kinec veresnja ne pochalosja finansuvannja 25 bjudzhetnykh prohram na 9,5 miljardiv. [As of the end of September, funding for 25 budget programs worth 9.5 billion had not started] *Ekonomichna Pravda* [Economic Truth]: veb – sajt. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/09/29/665665/> (accessed 15 November 2020)

13. Stiglits D.Yu. (2012) *Tsena neravenstva. Chem rassloenie obshchestva grozit nashomu budushchemu*. [The Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future]. Moskva: Eksmo. (in Russian)

14. Fond borotjby z ghostroju respiratornoju khvorobuju COVID-19, sprychynenoju koronavirusom SARS-CoV-2, ta jiji naslidkamy. [Acute Respiratory Disease Fund COVID-19 caused by SARS-CoV-2 coronavirus and its consequences]. *Ministerstvo finansiv Ukrainy* [Ministry of Finance of Ukraine]: veb-sajt. Available at: [https://www.mof.gov.ua/uk/data\\_and\\_analytics-433](https://www.mof.gov.ua/uk/data_and_analytics-433) (accessed 30 November 2020)

15. *Shkodina I., Yehorova Y., Yatsyna V. Monetary policy as a factor of global financial market volatility increasing. Financial and credit activities: problems of theory and practice*. 2017. Vol 1, No 22. P. 307 – 313. URL: <http://fkd.org.ua/article/view/110044/105453> (accessed 30 November 2020) DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v1i22.110044>

Статтю отримано 9 грудня 2020 р.

## ІНТЕГРАЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ЯК ДОМІНАНТНА ОСНОВА МОДЕЛІ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ\*

Шкуренко О. В.

кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри бізнес-логістики та транспортних технологій  
Державний університет інфраструктури та технологій  
вул. Кирилівська 9, 04071, м. Київ, Україна  
E-mail: donduy@ukr.net, ORCID: 0000-0002-0460-4800

Глобалізація та технічний прогрес вимагають підвищення ефективності ланцюгів постачань, при цьому все більшого значення набувають економічні, соціальні та екологічні чинники, які стають все більш значимими. Вирішити проблеми, зокрема екологічного характеру, що виникли у період промислової революції, та при існуючій моделі розвитку економіки можливо завдяки застосуванню принципів та підходів логістики рециклінгу. Усвідомлюючи масштаби негативних наслідків існуючої моделі економічного розвитку, необхідним є перехід до нової сучасної екологоорієнтованої моделі зеленої, циркулярної економіки.

У статті досліджено сутність концепції циркулярної економіки як важливої умови для розвитку інноваційного співробітництва, що забезпечить підвищення рівня конкурентоспроможності на національному рівні. Розглянуто еволюцію, цілі та особливості циркулярної економіки як сучасного оптимального напрямку розвитку. Виокремлено основні підходи до розуміння суті циркулярної економіки – потоковий та системний і запропоновано додати синергетичний, який передбачає врахування міждисциплінарності та інтеграцію через різні галузі виробництва. Доведено, що результатом впровадження циркулярної економіки є забезпечення підвищення конкурентоспроможності національної економіки за рахунок енерго- та ресурсозбереження, скорочення викидів вуглецю, створення нових робочих місць, модернізації структури економіки, зміни бізнес-моделей. Обґрунтовано необхідність управління логістичним забезпеченням до розвитку інноваційного співробітництва.

Сталий розвиток національної економіки вимагає руйнівних змін і радикальних інновацій, а здатність забезпечити це у зв'язку з адаптацією до умов циркулярної економіки стає актуальною для інноваційного співробітництва. Необхідна інтеграція сталого розвитку та розвитку бізнесу, яку пропонує модель циркулярної економіки.

**Ключові слова:** циркулярна економіка, управління, логістичне забезпечення, розвиток, інноваційне співробітництво.

**JEL Classification:** A10, O10, O13, P00

**Постановка проблеми.** Глобалізація та технічний прогрес вимагають підвищення ефективності ланцюгів постачань, при цьому все більшого значення набувають економічні, соціальні та екологічні чинники, які стають все більш значимими. Вирішити проблеми, зокрема екологічного характеру, що виникли у період промислової революції, та при існуючій моделі розвитку економіки можливо завдяки застосуванню принципів та підходів логістики рециклінгу. Усвідомлюючи масштаби негативних наслідків існуючої моделі економічного розвитку, необхідним є перехід до нової сучасної екологоорієнтованої моделі зеленої, циркулярної економіки. Зростаюча важливість концепції циркулярної економіки як способу досягнення сталого розвитку спонукала

вчених пропонувати різні бачення її розуміння. З огляду на велику кількість досліджень, що проводяться з циркулярної економіки, їх різні підходи та їх численні застосування, необхідним є консенсусний погляд на основні поняття циркулярної економіки як умови функціонування та розвитку інноваційного співробітництва в умовах циркулярної економіки.

Сталий розвиток національної економіки вимагає руйнівних змін і радикальних інновацій, а здатність забезпечити це у зв'язку з адаптацією до умов циркулярної економіки стає актуальною для інноваційного співробітництва. Необхідна інтеграція сталого розвитку та розвитку бізнесу, яку пропонує модель циркулярної економіки.

\* **Cite as:** Shkurenko, O. (2021). Integration of Sustainable Development and Business Development as a Dominant Basis of the Circular Economy Model: Theoretical Aspect, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, 13, 152-165. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-16>



Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед вчених, які досліджували сутність, основні принципи функціонування циркулярної економіки та напрями покращення поводження з відходами, можна назвати Х. Нгуена, М. Зіса, М. Статті [1], Н. Пахомову, К. Рихтер, М. Ветрову [2], П. Вільямса [3] та багатьох інших. Теоретичні та практичні аспекти «зеленої економіки» досліджували А. Cameron, S. Clouth [4], D. Pearce, A. Markandya, B. Barbier [5]. Проблемам «циркулярної економіки», глобальним змінам та їх впливу на національні економіки присвятили свої дослідження І. Зварич [6], В. Лойко [7-8], Д. Валько [9], Д. Череватський, М. Солдак, О. Лях, Ю. Залознова, О. Амоша [10], які виявили основні принципи сталого розвитку в національній економіці, еколого-економічні проблеми, запропонували шляхи їх вирішення, у тому числі й через використання кращих іноземних практик. Поводження з відходами стало головним предметом досліджень провідних науковців В. Міщенко, Г. Виговської [11], які досліджували європейський досвід та напрями державної політики управління твердими відходами.

Не зменшуючи значимості наукових напрацювань у рамках цієї проблематики, слід все ж констатувати, що потребують подальшого поглибленого дослідження питання щодо особливості, ефективності використання принципів циркулярної економіки та її адаптації для подальшого застосування в Україні, що забезпечить розвиток інноваційного співробітництва.

**Метою статті є** узагальнення теоретичних аспектів циркулярної економіки через визначення домінантної її основи як інтеграції сталого розвитку та розвитку бізнесу за умов, що

визначають внутрішнє та зовнішнє середовище трансформації економіки в контексті створення інноваційного співробітництва.

**Виклад основного матеріалу.** Концепція циркулярної економіки стала дуже популярною з тих пір, як вона була введена політиками з Китаю та Європейського Союзу як рішення, яке дозволить країнам, фірмам і споживачам зменшити шкоду навколишньому середовищу і закрити цикл життєвого циклу продукту [12-13]. Це контрастує з укріпленою, інтенсивною лінійною економічною діяльністю, яка виснажує ресурси планети. Лінійна модель почалася під час промислової революції в 17 столітті з експлуатаційних науково-технологічних інновацій, які ігнорували межі навколишнього середовища і довгострокову шкоду, яку вони завдали суспільству.

У спробах сприяти цій зміні парадигми, значна кількість вчених здійснили оглядів літератури для розуміння циркулярної економіки. Дослідження стосувалися кругових бізнес-моделей [14-15], зменшення, повторного використання та переробки (3Rs) таксономії [16], а також створення вартості по всьому ланцюжку поставок [17]. Останнім часом значна кількість досліджень була зосереджена на поясненні циркулярної економіки як парадигми, її зв'язку зі стійким розвитком [18] та великій кількості понять, які визначають його [19]. Незважаючи на свої розбіжні підходи, ці дослідження мають схожу мету.

З метою виокремлення особливостей циркулярної економіки, здійснено аналіз дефініції «циркулярна економіка» та систематизовано погляди закордонних науковців (табл. 1).

Таблиця 1

**Систематизація поглядів закордонних науковців на дефініцію «циркулярна економіка»**

Автори	Визначення циркулярної економіки	Особливості
Korhonen J., Nuur C., Feldmann A., Eshetu Birkie S. [20]	«...ініціатива сталого розвитку, спрямована на зниження лінійності громадських систем виробництва і споживання. Застосування циклів матеріалів, поновлюваних і каскадних потоків енергії до лінійної системи. Циркулярна економіка сприяє розвитку високоцінних матеріальних циклів поряд з більш традиційною переробкою і розвиває системні підходи до співпраці виробників, споживачів та інших громадських суб'єктів у сфері сталого розвитку»	Як ініціатива розвитку
Kirchherr J., Reike D., Hekkert M. [21]	«економічна система, що базується на бізнес-моделях, які замінюють концепт «кінець життя» на зменшення, альтернативне повторне використання, переробку та відновлення матеріалів у процесі виробництва / розподілу та споживання, що функціонують на мікрорівні (продукція, компанії, споживачі), мезорівні (екопромислові парки) та макрорівні (місто, регіон, нації та за її межами), з метою досягнення сталого розвитку, що передбачає створення екологічної якості, економічної процвітання та соціальної справедливості на благо нинішнього та майбутніх поколінь»	Як економічна система

Автори	Визначення циркулярної економіки	Особливості
Geissdoerfer, Savaget, Bocken, Hultink [18]	«регенеративна система, в якій введення ресурсів та відходи, викиди та витрати енергії мінімізуються шляхом уповільнення, закриття та звуження матеріальних та енергетичних потоків. Цього можна досягти шляхом тривалого проєктування, обслуговування, ремонту, повторного використання, відновлення, реконструкції та переробки. По-друге, ми визначаємо стійкість як збалансовану інтеграцію економічних показників, соціальну інклюзивність та екологічну стійкість на благо нинішнього та майбутніх поколінь»	Як регенеративна система
Stegel [22]	«... перетворила б товари, що перебувають у кінці терміну служби, у ресурси для інших, заклавши цикли в промисловій галузі екосистеми та мінімізація відходів. Це змінило б економічну логіку, оскільки воно замінило виробництво достатнім: використовуйте те, що ви може переробити те, що не можна використовувати повторно, відремонтувати зламане, відновити те, що не підлягає ремонту»	Як система, в якій відбувається перетворення
Gregson, Crang M., Fuller S. & Holmes H. et al. [23]	«... прагне подовжити економічне життя товарів і матеріалів, споживаючи їх у пост-виробничій фазі. Цей підхід валоризує цикли закриття, що проявляється у перетворенні кінця одних об'єктів у зародження нових об'єктів	Як система, в якій відбувається подовження життя товарів і матеріалів
Haas, Krausmann, Wiedenhofer, Heinz [24]	«проста, але переконлива стратегія, яка спрямована на зменшення як споживання вихідних матеріалів, так і випуску відходів шляхом закриття економічної та екологічної петлі потоків ресурсів	Як стратегія економічної та екологічної петлі потоків матеріалів
Global Environmental Perspective 5 [25]	«являє собою матеріальні потоки, які складаються або з біологічних поживних речовин, призначених для повторного потрапляння в біосферу, або з матеріалів, призначених для циркуляції в рамках економіки (повторне використання та переробка)»	Як система, в якій відбувається рух матеріальних потоків
Ma, Wen, Chen [26]	«це спосіб економічного розвитку, який спрямований на захист навколишнього середовища та запобігання забрудненню, тим самим сприяючи сталому економічному розвитку»	Як спосіб економічного розвитку
Park, Sarkis, Wu [27]	«дозволить інтегрувати економічне зростання із екологічною стійкістю, причому один елемент спирається на нові практики і технологічні розробки, подібні до застосування технології екологічної модернізації»	Як інтеграція економічного зростання із екологічною стійкістю
Xue et al. [28]	«...це результат десятирічних зусиль, спрямованих на практику сталого розвитку міжнародними спільнотами, і є детальним підходом до сталого розвитку»	Як підхід до сталого розвитку
Jang and Feng [29]	«...це абревіатура від «Економіка циклу замкнутих матеріалів або Економіка циркуляції ресурсів». Мета кругової економіки - уникнути та зменшити відходи від джерел економічного процесу, тому повторне використання та переробка засновані на зменшенні»	Як модель кругової економіки
Geng and Doberstein [30]	«реалізація замкнутого циклу потоку матеріалів у всій економічній системі (...) маючи на увазі замкнутий цикл матеріалів, потоки енергії та відходів»	Як замкнутий цикл матеріальних потоків

Автори	Визначення циркулярної економіки	Особливості
Peters et al. [31]	основна ідея полягає в тому, щоб закрити матеріальні петлі, зменшити кількість вхідних матеріалів та повторно використати або переробити продукти та відходи для досягнення більш високої якості життя за рахунок підвищення ефективності використання ресурсів	Як система, в якій відбувається підвищення ефективності використання ресурсів

Джерело: складено автором згідно [20-31]

Аналіз наукових доробок щодо циркулярної економіки свідчить, що існує така термінологія: цифрова економіка, зелена економіка, економіка замкнутого циклу.

Циркулярна економіка – це системний підхід до економічного розвитку, спрямований на користь бізнесу, суспільства та навколишнього середовища. На відміну від лінійної моделі «вивести відходи», кругова економіка регенеративна за дизайном і спрямована на поступове декупажу зростання від споживання кінцевих ресурсів. Визначивши, що таке економіка насправді, цей навчальний шлях досліджує нюанси концепції циркулярної економіки, включаючи різницю між біологічними та технічними матеріалами, різні

можливості, які існують для збереження матеріалів та продуктів у використанні, та історію ідеї. Нарешті, підкреслюється переваги переходу від лінійної до циркулярної економіки [32].

Циркулярна економіка – це промислова система, яка є відновлювальною або регенеративною за наміром і дизайном та замінює концепцію кінця життя реставрацією, зміщується в бік використання відновлюваної енергії, виключає використання токсичних хімічних речовин, які погіршують повторне використання і повертаються в біосферу, і направлена на усунення відходів за допомогою чудової конструкції матеріалів, продуктів, систем і бізнес-моделей [33].



Рис. 1. Етапи становлення моделі циркулярної економіки

Джерело: створено автором згідно [1-34]

У 1980-2000-х роках дослідження стосувалися змісту поняття «циркулярна економіка», доведення необхідності та визначення напрямів рециклінгу відходів, позитивного впливу на

конкурентоспроможність, зайнятість, економію ресурсів та скорочення відходів [3]. Так, П. Вільямс [3] у роботі «Обробка відходів та їх утилізація» розглянув історичні аспекти переробки відходів, проаналізував

законодавство ЄС та висвітлив усі відомі на той момент напрямки поводження з відходами та їх впливи на навколишнє середовище [34].

Вперше поняття «циркулярна економіка» було використано комісією Брундтланд у доповіді «Наше спільне майбутнє» у 1987 році. Під час доповіді було зроблено наголос на негативному впливі прискореної індустріалізації на навколишнє середовище [35]. Саме тоді було сформульовано концепцію «зеленого зростання», що передбачає перехід до екологічного виробництва та споживання та є оптимальним напрямом розвитку.

У 1992 році в Ріо-де Жанейро було проведено зустріч, на якій «зелене зростання» оголошено індикатором досягнення сталого розвитку та започатковано розроблення стратегії «зеленого зростання».

У жовтні 2008 року в Лондоні відповідно до Програми ООН з навколишнього середовища (UNEP) було започатковано Ініціативу зеленої економіки, яка спрямована на реагування на глобальний економічний спад, зосереджуючи увагу на економічному зростанні та створенні робочих місць в екологічних галузях. Вона спирається на дослідження G8+5 з економіки екосистем та біорізноманіття, в якому підкреслюються економічні наслідки деградації екосистем та втрати біорізноманіття, а також їх зв'язок з бідністю. Ініціатива зеленої економіки в розмірі 4 мільйонів доларів США спрямована на чисту сільську енергетику та технології, стале сільське господарство, інфраструктуру екосистем, скорочення викидів від вирубки лісів та деградацію лісів, а також на сталих містах для просування своїх пріоритетів, які включають оцінку та основні послуги природи, створення робочих місць через зелені робочі місця та політику, а також прискорення переходу до зеленої економіки за допомогою інструментів та ринкових сигналів (UNEP Launches Green Economy Initiative). Ініціатива ООН з охорони навколишнього середовища (ЮНЕП) покликана допомогти урядам «озеленити» свої економіки шляхом зміни та переорієнтування політики, інвестицій та витрат на цілий ряд секторів, таких як чисті технології, відновлювані джерела енергії, водні послуги, зелений транспорт, поводження з відходами, зелені будівлі та стале сільське господарство та ліси [37].

Ґрунтовний морфологічний аналіз дефініції «циркулярна економіка» дозволяє виокремити такі підходи до розуміння суті: потоковий та системний.

Відповідно до потокового підходу [38, 39, 40, 18] циркулярна економіка базується на застосуванні замкнутих потоків матеріалів, енергії та відходів, яких можна досягти завдяки повторному використанню продукту (ремонт або відновлювання), компонентів (повторне

використання в виробництві), сировини та матеріалів (рециркуляція).

Представники системного підходу до розуміння циркулярної економіки [41-43] вважають її як модель економічної системи, яка є елементом техногенної системи та базується на повторному використанні матеріалів, завдяки чому зберігатимуться природні ресурси, та розглядає питання створення цінності для елементів системи.

На думку автора, циркулярну економіку слід розуміти з точки зору синергетичного підходу, що передбачає врахування міждисциплінарності та інтеграцію через різні галузі виробництва.

Циркулярна економіка, що вимагає системних рішень і функціонує на принципі закритості, дозволить змінити економічну логіку за рахунок того, що спрямована на перетворення товарів наприкінці терміну корисного використання у ресурси для інших, що дозволить мінімізувати відходи та закрити цикл у промислових екологічних системах.

Стратегічною основою розвитку циркулярної економіки та формування екологічно сталого економічного простору є декаплінг, а саме здатність економіки зростати без відповідного збільшення використання енергії та ресурсів (межі джерел) та екологічного навантаження (межі поглинання), що дозволяє створити замкнуту, успішну, гармонійну та адаптивну систему. Результати декаплінгу та впровадження циркулярної економіки забезпечують підвищення конкурентоспроможності національної економіки за рахунок енерго- та ресурсозбереження, скорочення викидів вуглецю, створення нових робочих місць, модернізації структури економіки, зміни бізнес-моделей.

З позиції впливу нової економіки циркулярного типу на макроекономічні показники, слід розглянути яким чином буде досягнуто економічне зростання. Макроекономічні показники, зокрема зростання ВВП відбудеться за рахунок поєднання збільшення доходів від нової циркулярної діяльності та зниження собівартості виробництва при більш продуктивному використанні ресурсів та стимулюванні інновацій, що вплине на сукупну пропозицію, сукупний попит та загальний рівень цін. Але при цьому можуть виникнути розриви між економічним зростанням та екологічним тиском

Однією з базових умов впровадження замкнутої моделі циркулярної економіки є реорганізація логістичних бізнес-процесів, пов'язаних з управлінням матеріальними потоками, та створення замкнутих ланцюгів поставок [44].

Феномен циркулярної економіки досліджують і вітчизняні науковці. Так,

Лойко В.В. [7-8] у своїх дослідженнях під циркулярною економікою розуміє більш дбайливе використання як природних ресурсів, так і речей, які вже створено та використовуються у побуті людей. Зроблено акцент на тому, що циркулярна економіка будується не тільки на зміні технологій виробництва і іншого підходу до сировинних ресурсів, а й на зміні споживацької поведінки, що є найбільш важливим для успішного розвитку циркулярної економіки.

На думку Пахомової Н.В., Рихтер К.К., Ветрової М.А [2] під циркулярною економікою розуміється економіка, якій властивий відновний і замкнений характер. Для неї характерна мінімізація споживання первинної сировини і обсягів ресурсів, що переробляються, яка супроводжується зниженням відходів.

Валько Д.В. [9] вважає, що циркулярна економіка визначає альтернативи традиційному економічному механізму за рахунок відновлення ресурсів та їх замкненого використання на всіх етапах ланцюжку створення цінностей. На думку дослідника, концепція циркулярної економіки передбачає побудову економічної діяльності на принципах відновлення ресурсів та здоров'язбереження соціо-еколого-економічної системи, що дозволяє забезпечити ефективність у всіх масштабах: від домогосподарств і малих підприємств до глобальної економіки.

Враховуючи твердження, представлені вище, можна підсумувати, що науковці, визначаючи зміст поняття «циркулярна економіка», акцентують увагу на таких основних аспектах:

1) це економічна система, що передбачає досягнення сталого розвитку через створення екологічної якості, соціально-економічного процвітання на благо нації;

2) це відновлювальна, регенеративна замкнена система, де відбувається ремонт, повторне використання, відновлення, реконструкція та переробка, що призводить до мінімізації введених ресурсів, відходів, викидів та витоків енергії та формує стійку збалансовану систему за рахунок інтеграції;

3) це стратегія, яка спрямована на зменшення як споживання вихідних матеріалів, так і випуску відходів шляхом закриття економічної та екологічної петлі потоків ресурсів;

4) це спосіб економічного зростання, сталого розвитку економіки та екологічної стійкості завдяки повторному використанню та переробленню ресурсів.

Виходячи з аналізу наукових публікацій щодо формування та розвитку циркулярної економіки, виокремимо суб'єкт, об'єкт, мету та результат циркулярної економіки та відобразимо на рис. 2.

Циркулярну економіку з точки зору розвитку інноваційного співробітництва у вигляді промислових симбіозів як однієї із форм слід розглядати у якості інструменту, умови підвищення продуктивності ресурсів, що використовуються. На рівні національної економіки задача циркулярної економіки полягає у гармонійній взаємодії зацікавлених суб'єктів задля забезпечення сталого розвитку.

Розвиток циркулярної економіки має бути швидким та системним, вона є частиною Четвертої промислової революції, що забезпечує підвищення раціональності використання ресурсів. В Європейському Союзі працює програма Horizon 2020 року, яка підтримує інноваційні проекти в таких сферах, як управління відходами виробництва і харчовими відходами, стала переробна промисловість, промисловий симбіоз і біоекономіка.

Наукову проблематику щодо управління логістичним забезпеченням розглядали такі вітчизняні науковці: Азаренков В.Ф. [45], Алькема В.Г. [46], Ареф'єва О.В., Кравчук Н.М. [47], Біловодська О.А. [48], Дикань В.А. [49], Мішенін Є.В. [50], Прохорова В.В. [51] та інші. Серед закордонних дослідників, що є основоположниками управління через логістичний підхід варто виділити Д.Дж. Бауэрскса Д.Дж і Клосс Д.Дж. [52], Уотерс Д. [53], Харрісона А. [54]. Аналіз наукових праць вищезазначених науковців дозволив зробити узагальнення, що логістичне забезпечення реалізується через комплекс завдань, зокрема, створення інтегрованої системи управління потоковими процесами і є інструментом досягнення цілей розвитку інноваційного співробітництва завдяки ефективності, раціональності та комплексності управління потоковими процесами.

Систематизація та узагальнення наукових доробок щодо логістичного управління дозволили зробити такі висновки.

Логістичне забезпечення є комплексним процесом мобілізації, накопичення, розподілу ресурсів за основними бізнес - процесами логістичного обслуговування інноваційного співробітництва, а також здійснення планування, контролю, моніторингу та інших процедур, спрямованих на оптимальне використання економічних ресурсів та зниження ризику.

Процеси глобалізації та інтеграції, що формують глобальні виклики, з однієї сторони та невідповідність темпів розвитку промисловості глобальним тенденціям з іншої сторони, обумовлюють вертикальну та горизонтальну єдність трансформаційних та інтеграційних процесів. Це є можливим завдяки формуванню та розвитку інноваційного співробітництва як ознаки циркулярної економіки. Під інноваційним співробітництвом розуміється креативно-технологічно-знаннева технологія

об'єднання учасників економічного процесу в соціально-економічному середовищі (промисловій та непромисловій сфері), що базується на конвергентно-синергійному підході.

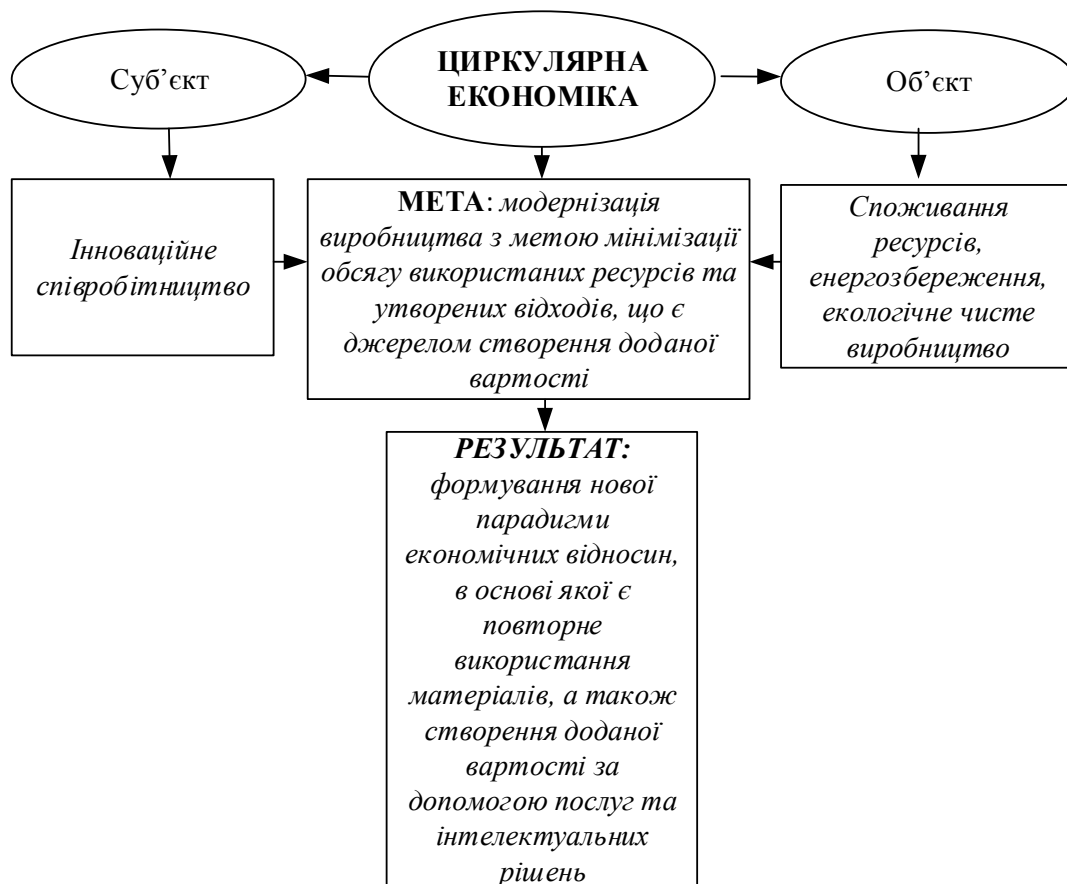


Рис. 2. Основні складові циркулярної економіки  
Джерело: запропоновано автором

Під логістичним забезпеченням слід розуміти комплекс взаємопов'язаних заходів, що формує адаптивну гармонійну систему. Включає сукупність виробничо-логістичних потужностей відносно джерел сировини та ринків збуту національного продукту в умовах циркулярної економіки як умови, що необхідна для функціонування та розвитку інноваційного співробітництва.

Логістичне забезпечення розвитку інноваційного співробітництва включає такі складові: нормативно-правове, організаційно-інформаційне, інфраструктурне, ресурсне (забезпечення матеріальними трудовими та фінансовими ресурсами). Саме взаємозв'язок та взаємозалежність формує цілісну інтегративну систему логістичного забезпечення розвитку інноваційного співробітництва в умовах циркулярної економіки. Управління логістичним забезпеченням розвитку інноваційного співробітництва являє собою процес постійного пошуку нетрадиційних шляхів управління направлених на створення конкурентних переваг шляхом мінімізації витрат, підвищення якості результату праці.

Відповідно до викладеного вище, запропоновано понятійно-категоріальний апарат управління логістичним забезпеченням розвитку інноваційного співробітництва в умовах циркулярної економіки, що відображено на рис. 3.

Дослідження семи європейських країн показало, що перехід до циркулярної, кругової економіки призведе до зменшення викидів парникових газів кожної країни до 70% і збільшення робочої сили приблизно на 4% [55-58]. Саме циркулярна економіка забезпечує зайнятість та зростання без негативного впливу на родючість ґрунтів та біорізноманіття, яка не вичерпує запаси природних ресурсів, яка не забруднює воду й повітря. Перспективи розвитку циркулярної економіки в західних країнах оцінюються досить високо. Провідними країнами, які впроваджують в промислову систему принципи циркулярної економіки, є країни з найбільш технологічно розвиненими економіками - Німеччина і Японія. Активно веде роботу по переходу до моделі циркулярної економіки Китай.



Рис. 3. Понятійно-категоріальний апарат процесу управління логістичним забезпеченням розвитку інноваційного співробітництва в умовах циркулярної економіки

*Джерело: складно автором*

**Висновки.** Вирішення проблем, що пов’язані з вичерпанням природних ресурсів потребує пошуку оптимальних умов економічного розвитку на основі нових моделей, таких як зелена, циркулярна економіка, що є платформою для розвитку інноваційного співробітництва. Для виходу на якісно новий рівень ресурсної ефективності в умовах циркулярної економіки знадобляться технологічні інновації та зміна поведінки суб’єктів підприємництва, масштабні інвестиції та державне стимулювання.

Логістичне забезпечення як сучасний важливий інструмент сприяє досягненню цілей розвитку інноваційного співробітництва за рахунок реалізації принципів ефективності, системності, потоковості, процесності та оптимізації. Управління логістичним забезпеченням розвитку інноваційного співробітництва необхідно здійснювати з метою оптимального використання наявних економічних ресурсів в умовах циркулярної економіки.

## ИНТЕГРАЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА КАК ДОМИНАНТНОЙ ОСНОВЫ МОДЕЛИ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

**О.В. Шкуренко**, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры бизнес-логистики и транспортных технологий, Государственный университет инфраструктуры и технологий, ул. Кирилловская 9, 04071, г. Киев, Украина, E-mail: dondyu@ukr.net, ORCID: 0000-0002-0460-4800

Глобализация и технический прогресс требуют повышения эффективности цепей поставок, при этом все большее значение приобретают экономические, социальные и экологические факторы, которые становятся все более значимыми. Решить проблемы, в частности экологического характера, возникшие в период промышленной революции, и при существующей модели развития экономики возможно благодаря применению принципов и подходов логистики рециклинга. Осознавая масштабы негативных последствий существующей модели экономического развития, необходим переход к новой современной экологоориентированной модели зеленой, циркулярной экономики. В статье исследована сущность концепции циркулярной экономики как важного условия для развития инновационного сотрудничества, что обеспечит повышение уровня конкурентоспособности на национальном уровне. Рассмотрена эволюция, цели и особенности циркулярной экономики как современного оптимального направления развития. Выделены основные подходы к пониманию сути циркулярной экономики - потоковый и системный и предложено добавить синергетический, который предполагает учет междисциплинарности и интеграции через различные отрасли производства. Доказано, что результатом внедрения циркулярной экономики является обеспечение повышения конкурентоспособности национальной экономики за счет энерго- и ресурсосбережения, сокращения выбросов углерода, создания новых рабочих мест, модернизации структуры экономики, изменения бизнес-моделей. Обоснована необходимость управления логистическим обеспечением к развитию инновационного сотрудничества. Устойчивое развитие национальной экономики требует разрушительных изменений и радикальных инноваций, а способность обеспечить это в связи с адаптацией к условиям циркулярной экономики становится актуальной для инновационного сотрудничества. Необходима интеграция устойчивого развития и развития бизнеса, предлагаемая модель циркулярной экономики.

**Ключевые слова:** циркулярная экономика, управление, логистическое обеспечение, развитие, инновационное сотрудничество.

**JEL Classification:** A10, O10, O13, P00

## INTEGRATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND BUSINESS DEVELOPMENT AS A DOMINANT BASIS OF THE CIRCULAR ECONOMY MODEL: THEORETICAL ASPECT

**Shkurenko Olga**, PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Business-Logistics and Transport Technologies, State University of Infrastructure and Technologies, 9 Kyrylivska Str., Kyiv, 04071, Ukraine, E-mail: dondyu@ukr.net, ORCID: 0000-0002-0460-4800

Globalization and technological progress call for more efficient supply chains, with economic, social and environmental factors becoming increasingly important. It is possible to solve problems, in particular of ecological nature, which arose during the industrial revolution, and with the existing model of economic development, thanks to the application of the principles and approaches of recycling logistics. Realizing the scale of the negative consequences of the existing model of economic development, it is necessary to move to a new modern environmentally friendly model of green, circular economy. The evolution, goals and features of the circular economy as a modern optimal direction of development are considered. The main approaches to understanding the essence of the circular economy - flow and system - are highlighted and it is proposed to add a synergetic one, which provides for interdisciplinarity and integration through different industries. It is proved that the result of the introduction of a circular economy is to increase the competitiveness of the national economy through energy and resource conservation, reducing carbon emissions, creating new jobs, modernizing the structure of the economy, changing business models. The need to manage logistics support for the development of innovation cooperation is substantiated. Sustainable development of the national economy requires destructive changes and radical innovations, and the ability to ensure this due to adaptation to the circular economy becomes relevant for innovation cooperation. The integration of sustainable development and business development offered by the circular economy model is needed.

**Keywords:** circular economy, management, logistics, development, innovation cooperation.

**JEL Classification:** A10, O10, O13, P00

### Література

1. Nguyen H., Stuchtey M., Zils M. Remaking the industrial economy. McKinsey Quarterly, February 2014. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability-and-resource-productivity/our-insights/remaking-the-industrial-economy/>.



2. Пахомова Н.В., Рихтер К.К., Ветрова М.А. Переход к циркулярной экономике и замкнутым цепям поставок как фактор устойчивого развития. *Вестник СПбГУ. Экономика*. 2017. Т. 33. Вып. 2. С. 244–268. DOI: 10.21638/11701/spbu05.2017.203.
3. Williams P.T. *Waste Treatment and Disposal*. Chichester, John Wiley & Sons, 2005. 383 p.
4. Cameron A., Clouth S. A guidebook to the Green Economy: Issue 1: Green Economy, Green Growth, and Low-Carbon Development – history, definitions and a guide to recent publications. [pdf] UN Division for Sustainable Development. 2012. 64 p. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/GE%20Guidebook.pdf>.
5. Pearce D., Markandya A., Barbier V. *Blueprint for a green economy*. London: Earthscan. 1989. 192 p.
6. Зварич І.Я. Глобальна циркулярна економіка: «економіка ковбоїв» vs «економіка космічного корабля»: монографія. Тернопіль. ВПЦ «Економічна думка ТНЕУ», 2019. 337 с.
7. Лойко В.В. Проблеми розвитку циркулярної економіки в Україні. III International Scientific Conference From the Baltic to the Black Sea: the Formation of Modern Economic Area: Conference Proceedings, August 23th, 2019. Riga, Latvia: Baltija Publishing. P. 24-27.
8. Лойко В. В., Малаяр С. А. Організаційно-економічні аспекти розвитку житлово-комунальної інфраструктури України в умовах циркулярної економіки. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7307>. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.10.11.
9. Валько Д.В. Циркулярная экономика: теоретическая модель и эффекты реализации. Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2018. Т. 14. Вып. 8. С. 1415–1429.
10. Циркулярна смарт-спеціалізація старопромислових шахтарських регіонів України: монографія / Д.Ю. Череватський, М.О. Солдак, О.В. Лях, Ю.С. Залознова та ін.; за заг. ред. О.І. Амоші / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2020. 196 с.
11. Міщенко В.С., Виговська Г.П. Організаційно економічний механізм поводження з відходами в Україні та шляхи його вдосконалення: монографія. К.: Наукова думка, 2009. 294 с.
12. *Towards a Circular Economy: a Zero Waste Programme for Europe*. Brussels. EU Commission. 2014.
13. Murray A., Skene K. and Haynes K. The circular economy: an interdisciplinary exploration of the concept and application in a global context *J. Bus. Ethics*. 2015, 10.1007/s10551-015-2693-2.
14. Bocken N. M. P., Short S. W., P. Rana, S. Evans. A literature and practice review to develop sustainable business modelarchetypes *J. Clean. Prod.*, 65. 2014. pp. 42-56, 10.1016/j.jclepro.2013.11.039.
15. Lewandowski M. Designing the business models for circular economy — towards the conceptual framework *Sustain*, 8 (2016), pp. 1-28, 10.3390/su8010043.
16. Sihvonen S. and Ritola T. Conceptualizing ReX for aggregating end-of-life strategies in product development. *Procedia CIRP*, 29. 2015. pp. 639-644, 10.1016/j.procir.2015.01.026.
17. Schenkel M., Marjolein C.J.Caniëls, Harold Krikke, Erwin van der Laan. Understanding value creation in closed loop supply chains – Past findings and future directions. *Manuf. Syst*. 2015. 10.1016/j.jmsy.2015.04.009.
18. Geissdoerfer M., Savaget P. Bocken N. M. P., Hultink E.J. The Circular Economy – a new sustainability paradigm? *Clean. Prod.*, 143. 2017, pp. 757-768, 10.1016/j.jclepro.2016.12.048.
19. Kirchherr J., Reike D. and Hekkert M. Conceptualizing the circular economy: an analysis of 114 definitions. *Resour. Conserv. Recycl*, 127. 2017 pp. 221-232, 10.1016/j.resconrec.2017.09.005.
20. Korhonen J., Honkasalo A., Seppälä J. Circular Economy: The Concept and its Limitations. *Ecological Economics*. 2018. No. 143. P. 37–46. DOI: 10.1016/j.ecolecon.
21. Kirchherr J., Reike D., Hekkert M. Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation & Recycling*. 2017. No. 127. P. 221–232. DOI: 10.1016/j.resconrec.
22. Stegel P., Kozjek N. R., Brumen B.A.& Strojjan P. Bioelectrical impedance phase angle as indicator and predictor of cachexia in head and neck cancer patients treated with (chemo)radiotherapy. *European Journal of Clinical Nutrition*. volume 70, 2016. Pages 602–606.
23. Gregson N., Crang M., Fuller S. & Holmes H. Interrogating the circular economy: the moral economy of resource recovery in the EU, *Economy and Society*, 44:2, 2015. P.218-243, DOI: 10.1080/03085147.2015.1013353.
24. Haas W., Krausmann F., Wiedenhofer D., Heinz M. How Circular is the Global Economy?: An Assessment of Material Flows, Waste Production, and Recycling in the European Union and the World in 2005. *Journal of Industrial Ecology*. 19, 2015. p. 765–777. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jiec.12244>.
25. Global Environmental Perspective 5 URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&type=400&nr=546&menu=35>.
26. Ma S. Z.Z. Wen J., Chen Z.Z., Wen. Mode of circular economy in China's iron and steel industry: a case study in Wu'an city *J. Clean. Prod.*, 64. 2014, pp. 505-512, 10.1016/j.jclepro.2013.10.008.
27. Park J., Sarkis J., Wu Z. Creating integrated business and environmental value within the context of China's circular economy and ecological modernization *J. Clean. Prod.*, 18. 2010. pp. 1492-1499, 10.1016/j.jclepro.2010.06.001.
28. Xue B, Chen X.P., Geng Y., Guo X.J., Lu C.Y.C.P., Zhang Z.L., Lu C.Y.C.P. Survey of officials' awareness on circular economy development in China: based on municipal and county level *Resour. Conserv. Recycl*, 54. 2010. pp. 1296-1302.
29. Yang S., Feng N. Case study of industrial symbiosis: nanning sugar Co., ltd. in China *Resour. Conserv. Recycl*, 52. 2008., pp. 813-820.

30. Geng Y. and Doberstein B. Developing the circular economy in China: Challenges and opportunities for achieving 'leapfrog development'. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology* 15. 2008. 231–239 DOI 10.3843/SusDev.15.3:6.
31. Peters G.P., Weber C.L., Guan D., Hubacek K. China's growing CO<sub>2</sub> emissions - a race between increasing consumption and efficiency gains Environ. *Sci. Technol.*, 41. 2007. pp. 5939-5944.
32. THE CIRCULAR ECONOMY IN DETAIL. URL: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/explore/the-circular-economy-in-detail>.
33. Циркулярна економіка та переваги для суспільства. Дослідження стосовно Чеської Республіки та Польщі. URL: <http://www.clubofrome.org.ua/wp-content/uploads/2017/08/The-Circular-Economy-CoR-UA-2.pdf>.
34. Дейнеко Л. В., Ципліцька О.О. Циркулярна економіка як напрям промислової модернізації: європейський досвід. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2018. № 5 (39). С. 30-40. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2018/No5/30.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.2568944.
35. Our Common Future, Annex 2: The Commission and its Work. URL: <http://www.un-documents.net/ocf-a2.htm>.
36. UNEP Launches Green Economy Initiative. URL: <https://sdg.iisd.org/news/unep-launches-green-economy-initiative/>.
37. UN Environment. URL: <https://www.greeneconomycoalition.org/members/un-environment-programme-gei>.
38. Geng Y., Zhu, Q.; Doberstein, B.; Fujita, T. Implementing China's circular economy concept at the regional level: A review of progress in Dalian, China. *Waste Management*. 29, 2009. P.996-1002.
39. Yuan Z., Bi J., Moriguchi Y. The circular economy: A new development strategy in China. *Journal of Industrial Ecology*. 10. 2006. P. 4-8.
40. Zink T.; Geyer R. Circular economy rebound. *Journal of Industrial Ecology*, 21. 2017. P. 593-602.
41. Bastien R., Bohr T., Moulia B. and Douady S. Unifying model of shoot gravitropism reveals proprioception as a central feature of posture control in plants. *PNAS* January 8, 2013 110 (2) 755-760; <https://doi.org/10.1073/pnas.1214301109>.
42. Hislop H., Hill J. Reinventing the Wheel: A Circular Economy for Resource Security. Green Alliance, 2011. 52 p.
43. Ingebrigtsen S., & Jakobsen O. *Circulation Economics: Theory and practice*. Oxford University Press. *Frontiers of Business Ethics* Vol. 3. 2007. 349 p.
44. Ковтун Т.А. Впровадження принципів циркулярної економіки для досягнення цілей сталого розвитку. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. праць*, 2020. № 3 (72). С. 22-42. DOI 10.31375/2226-1915-2020-3-22-42.
45. Азаренков Г.Ф., Дзьобко І.П. Методичні підходи до управління промисловим підприємством на засадах логістики. *Економічний нобелівський вісник*. 2015. № 1. С. 3–9.
46. Алькема В.Г. Система економічної безпеки логістичних утворень: монографія. К., 2011. 378 с.
47. Ареф'єва О.В., Кравчук Н.М., Івашута М.Ю. Логістичне управління основними засобами на транспортних підприємствах. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво: наук.-вироб. журн.* 2018. № 5 (104). С. 55-61.
48. Біловодська О.А., Кириченко Т.В. Оптимізація торгової площі підприємства на основі логістичного підходу як засіб раціоналізації ресурсного забезпечення. *Вісник Сумського державного університету. Серія : Економіка*. 2015. № 2. С. 40-47.
49. Дикань В.Л. Основи логістичної інтеграції при формуванні логістичних систем через утворення територіально-промислового кластера. *Міжнародний техніко-економічний журнал «Українські залізниця»*, липень 2014. №9(15). С.23-26.
50. Мішенін Є.В. Екологоорієнтоване логістичне управління виробництвом: монографія; за наук. ред. д.е.н., проф. Є.В. Мішеніна. Суми, 2013. 248 с.
51. Прохорова В.В. Формування логістично-промислових систем як фактор підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств. *Науково-практичний журнал. Проблеми системного підходу в економіці*. №4, 2013. С.167-171.
52. Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логистика. Интегрированная цепь поставок; пер. с англ.; 2-е изд. М., 2005. 640 с.
53. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок; пер. с англ. М., 2003. 503 с.
54. Харрісон А. Управління логістикою: Розробка стратегій логістичних операцій; пер. з англ. Дніпропетровськ, 2007. 368 с.
55. Gontareva, I., Maryna, B., Babenko, V., Perevozova, I., Mokhnenko, A. Identification of efficiency factors for control over information and communication provision of sustainable development in higher education institutions. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 2019. Vol. 15, pp. 593-604. <https://www.wseas.org/multimedia/journals/environment/2019/b245115-062.pdf>
56. Kravchenko, M., Solntsev, S., Babenko, V., Zhygalkevych, Z. Applying sustainable innovations for the development of Ukrainian machine-building enterprises. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*. 2020. Vol. 19. Iss. 3, pp. 279-296. [https://doi.org/10.1386/tmsd\\_00027\\_1](https://doi.org/10.1386/tmsd_00027_1)
57. Stahel, W. The circular economy. *Nature* 531, 435–438 (2016). <https://doi.org/10.1038/531435a>.
58. Heshmati A. A Review of the Circular Economy and its Implementation. Discussion Paper No. 9611. 2015. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/130297/1/dp9611.pdf>.

## References

1. Nguyen, H., Stuchtey, M., Zils, M. (2014). Remaking the industrial economy. *McKinseyQuarterly*. URL: [https://www.mckinsey.com/business\\_functions/sustainability\\_and\\_resource\\_productivity/our\\_insights/remaking\\_the\\_industrial\\_economy](https://www.mckinsey.com/business_functions/sustainability_and_resource_productivity/our_insights/remaking_the_industrial_economy) (in English).
2. Pakhomova, N.V., Rikhter, K.K., Vetrova, M.A. (2017). Perekhod k tsirkulyarnoy ekonomike i zamknutym tsepyam postavok kak faktor ustoychivogo razvitiya. *Vestnik SPbGU. Ekonomika*. T. 33. Vyp. 2. 244–268. DOI: 10.21638/11701/spbu05.2017.203. (in Russian).
3. Williams, P.T. (2005). *Waste Treatment and Disposal*. Chichester, *John Wiley & Sons*. (in English).
4. Cameron, A., Clouth, S. (2012). A guidebook to the Green Economy: Issue 1: Green Economy, Green Growth, and Low-Carbon Development – history, definitions and a guide to recent publications. [pdf] UN Division for Sustainable Development. 2012. 64 p. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/GE%20Guidebook.pdf>. (in English).
5. Pearce, D., Markandya. A., Barbier, B. (1989). *Blueprint for a green economy*. London: Earthscan. 192 p. (in English).
6. Zvarych, I.Ja. (2019). Ghlobaljna cyrkuljarna ekonomika: «ekonomika kovbojiv» vs «ekonomika kosmichnogho korablja»: monoghrafija. Ternopilj. VPC «Ekonomichna dumka TNEU», 2019. 337 (in Ukrainian).
7. Lojko, V.V. (2019). Problemy rozvytku cyrkuljarnoji ekonomiky v Ukraini. III International Scientific Conference From the Baltic to the Black Sea: the Formation of Modern Economic Area: Conference Proceedings, August 23th, 2019. Riga, Latvia: Baltija Publishing. 24-27. (in Ukrainian).
8. Lojko, V. V., Maljar, S. A. (2019). Orghanizacijno-ekonomichni aspekty rozvytku zhytlovo-komunaljnoji infrastruktury Ukrainy v umovakh cyrkuljarnoji ekonomiky. *Efektynna ekonomika*. # 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7307>. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.10.11. (in Ukrainian).
9. Val'ko, D.V.(2018). Tsirkulyarnaya ekonomika: teoreticheskaya model' i efekty realizatsii. *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost'*. T. 14. Vyp. 8. 1415–1429. (in Russian).
10. Cherevatskyj, D.Ju., Soldak, M.O., Ljakh, O.V., Zaloznova, Ju.S. ta in. (2020). Cyrkuljarna smart-specializacija staropromyslovykh shakhtarsjykh rehioniv Ukrainy: monoghrafija /za zagh. red. O.I. Amoshi / NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti. Kyjiv. 196. (in Ukrainian).
11. Mishhenko, V.S., Vyghovs'jka, Gh.P. (2009). Orghanizacijno ekonomichnyj mekhanizm povodzhennja z vidkhodamy v Ukraini ta shljakhy jogho vdoskonalennja: monoghrafija. K.: Naukova dumka. 294 s. (in Ukrainian).
12. *Towards a Circular Economy: a Zero Waste Programme for Europe*. Brussels. EU Commission (2014). (in English).
13. Murray, A., Skene, K. and Haynes, K. (2015). The circular economy: an interdisciplinary xploration of the concept and application in a global context *J. Bus. Ethics*, 10.1007/s10551-015-2693-2. (in English).
14. Bocken, N. M. P., Short, S. W., P. Rana, S. Evans. A (2014). literature and practice review to develop sustainable business modelarchetypes *J. Clean. Prod.*, 65, pp. 42-56, 10.1016/j.jclepro.2013.11.039. (in English).
15. Lewandowski, M. (2016). Designing the business models for circular economy — towards the conceptual framework *Sustain*, 8, pp. 1-28, 10.3390/su8010043. (in English).
16. Sihvonen, S. and Ritola, T. (2015). Conceptualizing ReX for aggregating end-of-life strategies in product development. *Procedia CIRP*, 29. pp. 639-644, 10.1016/j.procir.2015.01.026. (in English).
17. Schenkel, M., Marjolein, C.J., Caniels, Harold Krikke, Erwin van der Laan. (2015) Understanding value creation in closed loop supply chains – Past findings and future directions. *Manuf. Syst*. 10.1016/j.jmsy.2015.04.009. (in English).
18. Geissdoerfer, M., Savaget, P. Bocken, N. M. P., Hultink, E.J. (2017). The Circular Economy – a new sustainability paradigm? *Clean. Prod.*, 143, pp. 757-768, 10.1016/j.jclepro.2016.12.048. (in English).
19. Kirchherr, J., Reike, D. and Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: an analysis of 114 definitions. *Resour. Conserv. Recycl*, 127, pp. 221-232, 10.1016/j.resconrec.2017.09.005. (in English).
20. Korhonen, J., Honkasalo, A., Seppälä, J. (2018). Circular Economy: The Concept and its Limitations. *Ecological Economics*. No. 143. P. 37–46. DOI: 10.1016/j.ecolecon. (in English).
21. Kirchherr, J., Reike, D., Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation & Recycling*. No. 127. P. 221–232. DOI: 10.1016/j.resconrec. (in English).
22. Stegel, P., Kozjek, N. R., Brumen, B.A.& Strojanc, P. (2016). Bioelectrical impedance phase angle as indicator and predictor of cachexia in head and neck cancer patients treated with (chemo)radiotherapy. *European Journal of Clinical Nutrition*. volume 70, pages 602–606. (in English).
23. Gregson, N., Crang, M., Fuller, S. & Holmes H. (2015). Interrogating the circular economy: the moral economy of resource recovery in the EU, *Economy and Society*, 44:2, 218-243, DOI: 10.1080/03085147.2015.1013353. (in English).
24. Haas, W., Krausmann, F., Wiedenhofer, D., Heinz, M. (2015). How Circular is the Global Economy?: An Assessment of Material Flows, Waste Production, and Recycling in the European Union and the World in 2005. *Journal of Industrial Ecology*. 19, p. 765–777. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jiec.12244>. (in English).
25. *Global Environmental Perspective* 5 URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=view&type=400&nr=546&menu=35>. (in English).

26. Ma S. Z.Z. Wen J., Chen Z.Z., Wen. (2014). Mode of circular economy in China's iron and steel industry: a case study in Wu'an city J. Clean. Prod., 64, pp. 505-512, 10.1016/j.jclepro.2013.10.008. (in English).
27. Park, J., Sarkis, J., Wu, Z. (2010). Creating integrated business and environmental value within the context of China's circular economy and ecological modernization J. Clean. Prod., 18, pp. 1492-1499, 10.1016/j.jclepro.2010.06.001. (in English).
28. Xue, B., Che, X.P., Geng Y., Guo, X.J., Lu, C.Y.C.P., Zhang, Z.L., Lu, C.Y.C.P. (2010). Survey of officials' awareness on circular economy development in China: based on municipal and county level Resour. Conserv. Recycl, 54. pp. 1296-1302. (in English).
29. Yang, S., Feng, N. (2008). Case study of industrial symbiosis: nanning sugar Co., ltd. in China Resour. Conserv. Recycl, 52. pp. 813-820. (in English).
30. Geng, Y. and Doberstein, B. (2008). Developing the circular economy in China: Challenges and opportunities for achieving 'leapfrog development'. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology* 15 (2008) 231-239 DOI 10.3843/SusDev.15.3:6. (in English).
31. Peters, G.P., Weber, C.L., Guan, D., Hubacek, K. China's growing CO(2) emissions - a race between increasing consumption and efficiency gains *Environ. Sci. Technol.*, 41. 2007. pp. 5939-5944. (in English).
32. THE CIRCULAR ECONOMY IN DETAIL. URL: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/explore/the-circular-economy-in-detail>. (in English).
33. Cyrkuljarna ekonomika ta perezvaghly dlja suspiljstva. (2017). Doslidzhennja stosovno Chesjkoi Respubliki ta Poljskoi. URL: <http://www.clubofrome.org.ua/wp-content/uploads/2017/08/The-Circular-Economy-CoR-UA-2.pdf>. (in Ukrainian).
34. Dejneko L. V., Cyplicjka O.O. (2018). Cyrkuljarna ekonomika jak naprjam promyslovi modernizaciji: jevropejskij dosvid. *Ekonomika: realij chasu. Naukovyj zhurnal.* # 5 (39). S. 30-40. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2018/No5/30.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.2568944. (in Ukrainian).
35. Our Common Future, Annexe 2: The Commission and its Work. URL: <http://www.un-documents.net/ocf-a2.htm>. (in English).
36. UNEP Launches Green Economy Initiative. URL: <https://sdg.iisd.org/news/unep-launches-green-economy-initiative/>. (in English).
37. UN Environment. URL: <https://www.greeneconomycoalition.org/members/un-environment-programme-gei>. (in English).
38. Geng Y., Zhu, Q.; Doberstein, B.; Fujita, T. (2009). Implementing China's circular economy concept at the regional level: A review of progress in Dalian, China. *Waste Management.* 29, 996-1002. (in English).
39. Yuan Z., Bi J., Moriguchi Y. (2006). The circular economy: A new development strategy in China. *Journal of Industrial Ecology.* 10, 4-8. (in English).
40. Zink T.; Geyer R. (2017). Circular economy rebound. *Journal of Industrial Ecology*, 21: 593-602. (in English).
41. Bastien, R., Bohr, T., Moulia, B. and Douady, S. (2013). Unifying model of shoot gravitropism reveals proprioception as a central feature of posture control in plants. *PNAS* January 8, 110 (2) 755-760; <https://doi.org/10.1073/pnas.1214301109>. (in English).
42. Hislop, H., Hill, J. (2011). Reinventing the Wheel: A Circular Economy for Resource Security. *Green Alliance.* 52 p. (in English).
43. Ingebrigtsen, S., & Jakobsen, O. (2007). *Circulation Economics: Theory and practice.* Oxford University Press. *Frontiers of Business Ethics* Vol. 3. 349 p. (in English)
44. Kovtun, T.A. (2020). Vprovadzhennja pryncypiv cyrkuljarnoi ekonomiky dlja dosjaghnennja cilej stalogo rozvytku. *Rozvytok metodiv upravlinnja ta ghospodarjuvannja na transporti: Zb. nauk. pracj,* # 3 (72). S. 22-42. DOI 10.31375/2226-1915-2020-3-22-42. (in Ukrainian).
45. Azarenkov, Gh.F., Dzjobko, I.P. (2015). Metodychni pidkhody do upravlinnja promyslovym pidpryjemstvom na zasadakh loghistryky. *Ekonomichnyj nobelivskij visnyk.* # 1. 3-9. (in Ukrainian).
46. Aljkema V.Gh. Systema ekonomichnoji bezpeky loghistrychnykh utvorenj: monohrafija. K., 2011. 378. (in Ukrainian).
47. Arefjeva, O.V., Kravchuk, N.M., Ivashuta, M.Ju. (2018). Loghistryчне upravlinnja osnovnymy zasobamy na transportnykh pidpryjemstvakh. *Derzhava ta rehiony. Serija: Ekonomika ta pidpryjemnyctvo: nauk.-vyrob. zhurn.* # 5 (104). 55-61. (in Ukrainian).
48. Bilovodska, O.A., Kyrychenko, T.V. (2015). Optyimizacija torghovoi ploshhi pidpryjemstva na osnovi loghistrychnogo pidkhodu jak zasib racionalizaciji resursnogo zabezpechennja. *Visnyk Sumsjkogho derzhavnogho universytetu. Serija : Ekonomika.* # 2. 40-47. (in Ukrainian).
49. Dykanj V.L. (2014). Osnovy loghistrychnoi integraciji pry formuvanni loghistrychnykh system cherez utvorennja terytorialno-promyslovogho klastera. *Mizhnarodnyj tekhniko-ekonomichnyj zhurnal «Ukrajinskij zaliznyci»,* lypenij #9(15). 23-26. (in Ukrainian).
50. Mishenin, Je.V. (2013). Ekologhoorijentovane loghistryчне upravlinnja vyrobnyctvom: monohrafija; za nauk. red. d.e.n., prof. Je.V. Mishenina. Sumy, 248. (in Ukrainian).
51. Prokhorova, V.V. (2013). Formuvannja loghistryčno-promyslovyykh system jak faktor pidvyshhennja konkurentospromozhnosti mashynobudivnykh pidpryjemstv. *Naukovo-praktychnyj zhurnal. Problemy systemnogo pidkhodu v ekonomici.* #4. 167-171. (in Ukrainian).
52. Bauersoks, D.Dzh., Kloss, D.Dzh. (2005). Logistika. Integrirovannaya tsep' postavok; per. s angl.; 2-e izd. M., 2005. 640. (in Russian).

53. Uoters, D. (2003). Logistika. Upravlenie tsep'yu postavok; per. s angl. M. 503. (in Russian).
54. Kharrison, A. (2007). Upravlinnja loghistrykoju: Rozrobka strateghij loghistrychnykh operacij; per. z anghl. Dnipropetrovsjk. 368. (in Ukrainian).
55. Gontareva, I., Maryna, B., Babenko, V., Perevozova, I., Mokhnenko, A. (2019). Identification of efficiency factors for control over information and communication provision of sustainable development in higher education institutions. *WSEAS Transactions on Environment and Development*. Vol. 15, pp. 593-604. <https://www.wseas.org/multimedia/journals/environment/2019/b245115-062.pdf>
56. Kravchenko, M., Solntsev, S., Babenko, V., Zhygalkevych, Z. (2020). Applying sustainable innovations for the development of Ukrainian machine-building enterprises. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, Vol. 19. Iss. 3, pp. 279-296. [https://doi.org/10.1386/tmsd\\_00027\\_1](https://doi.org/10.1386/tmsd_00027_1)
57. Stahel, W. The circular economy. *Nature* 531, 435–438 (2016). <https://doi.org/10.1038/531435a>. (in English).
58. Heshmati A. A Review of the Circular Economy and its Implementation. Discussion Paper No. 9611. 2015. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/130297/1/dp9611.pdf>. (in English).

Статтю отримано 6 квітня 2021 р.

**ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ  
ТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

## ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ\*

**Бондаренко Людмила Анатоліївна**

кандидат економічних наук, доцент

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

проспект Дмитра Яворницького, 19, м. Дніпро, Україна, 49000

e-mail: Bondarenko.L.A@nmu.one

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4904-7435>

Scopus Author ID: 55661674900

У статті досліджено теоретичні та практичні засади управління бізнес-процесами в сфері туризму. Висвітлено фактори та проаналізовано їх вплив на формування якісного туристичного обслуговування; наведено найсуттєвіші критерії якості, які впливають на туристичну діяльність підприємств. Предметом дослідження статті є аспекти управління бізнес-процесами в туристичних підприємств, управління якими має бути спрямоване на забезпечення конкурентних переваг туристичного скрвісу. З цією метою зосереджено увагу на якості туристичних послуг з огляду на посилення індивідуалізації попиту. Завдання: розглянути структуру туристичних послуг, визначити загальні та специфічні компоненти, які притаманні туристичній пропозиції, дослідити особливості застосування процесного підходу до управління бізнес-процесами на підприємствах туристичної галузі через призму трактувань сучасних науковців. В дослідженні використовувалися наступні загальнонаукові методи: аналітичний, описовий, порівняльний, систематичний, системний. Отримано такі результати: доведено, що процесний підхід є сучасним, потужним та ефективним засобом управління діяльністю туристичного підприємства та значно підвищує якість туристичного обслуговування. Однак на практиці, у силу специфіки сфери туристичного бізнесу, виокремлення бізнес-процесів туристичного підприємства є складним завданням. Висновки: відокремлені основні сутнісні властивості бізнес-процесу туристичного підприємства, які характеризують його як набір взаємопов'язаних операцій: організаційність, взаємозалежність, оперативність, безперервність, зручність, застосування інтернет-технологій, з метою підвищення оперативності та ефективності бізнес-процесів туристичних підприємств. Запропонований бізнес-процес, притаманний туристичному підприємству, що істотно відрізняє його із сукупності підприємств інших сфер.

**Ключові слова:** бізнес-процеси, якість обслуговування, туристичний продукт, управління, конкурентоспроможність, попит, туристична діяльність, збут туристичного продукту.

**Постановка проблеми.** На сьогоднішній день головними завданнями туристичного підприємства є швидке реагування на зміни та належне впровадження відповідних заходів щодо організації та ведення безперервного бізнесу. Адаптація процвітання вітчизняного туристичного підприємництва та покращення на економічній арені будь-якої держави ґрунтується на побудові конкретної і розвиненої з усіх боків системи туристичного сервісу, який характеризується диверсифікацією шляхів їх просування, чітким розподіленням каналів продажу туристичного продукту із обов'язковим визначенням стратегічного напрямлення та високою продуктивністю цих шляхів [1].

Враховуючи нестабільну споживчу потребу, а також постійне падіння та підйом національної валюти, туристичному бізнесу необхідно присвятити велику увагу саме швидкому темпу

розробки та розповсюдження нового туристичного продукту, який не потрібно накопичувати та реалізація якого буде обмежена у часовому інтервалі. Тому з об'єктивної точки зору зважаючи на динамічні зміни є застосування процесного підходу до управління, основний детермінант якого, це фокусування на бізнес-процесах як сукупності взаємопов'язаних операцій всередині підприємства, націлених на досягнення бізнес цілей.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Теоретичні підходи щодо управління бізнес-процесами на туристичному ринку досліджені і розроблені вітчизняними та зарубіжними вченими: Шейном Л., Беккером Й., Саймоном К Давенпортом Т., Демінгом В., Виноградовим О., Робсоном М., Страссманом П., Тонгом Д., Уллахом Ф., Хаммером М., Харінгтоном Д., Хіллом Ф.,

\* **Cite as:** Bondarenko, L. (2021). Tools of Improving the Quality of Tourist Services in the Conditions of Competition, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, 13, 167-173. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-17>

Бабушкіним В., Цайнінгером К., Чампі Дж., Андрієнко В., Балабановим Л., Василенко В., Кеттінгером У., Гриньковим В. та ін. У своїх роботах вчені критично оцінювали і розвивали інструментарій управління бізнес-процесами відповідно до змін ринкового середовища.

Теоретичні основи та концептуальні підходи до менеджменту бізнес-процесами підприємств сфери туристичних послуг, частково висвітлені у роботах Пулінової Т., Бойко М., Босовської М., Михайліченко Г., Євтушенко О., Луцької Т., Мазаракі А., Мельниченко С., Мізерної Т., Наливайко А., Свірідової Н., Ткаченко Т., Мельника І., тощо.

Проведення системного аналізу діяльності, який є передумовою ініціалізації бізнес-процесів підприємства, розкрито у працях [2-6].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** У досліджених матеріалах практично немає комплексного дослідження, яке присвячене формуванню теоретичних та концептуальних підходів, а також унітарних рекомендацій щодо продуктивного керування бізнес-процесами на підприємствах, які займаються туристичним обслуговуванням. Переважна більшість досліджень стосується промислового виробництва. Також наведеними авторами не приділялося достатньої уваги впливу компонентів туристичного продукту щодо просування останнього до споживача.

**Мета статті** полягає у висвітленні принципово нових практичних рекомендацій щодо покращення якості надання туристичних послуг, а також побудови бізнес-процесу туристичного підприємства при впровадженні процесного підходу до управління.

**Формулювання цілей** статті є дослідження та аналіз бізнес-процесів як сукупності взаємопов'язаних дій, спрямованих на покращення якості обслуговування при керуванні вітчизняними туристичними підприємствами.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Головними передумовами результативного менеджменту бізнес-процесами є вживання синтезу управлінських рішень та задумів, комплекс яких забезпечує попереджувальне нівелювання небажаного впливу і слугує міцним інструментарієм підвищення конкурентоспроможності вітчизняного туристичного бізнесу. Ефективне керування бізнес-процесами здатне забезпечити оперативні або навіть радикальні дії на зміни ззовні, або внутрішнього середовища туристичного підприємства, які дозволять скоординувати взаємодіяння відділів та збільшити рівень координованості роботи операцій, понизити витрати, підвищити продуктивність праці та якість обслуговування споживачів туристичних продуктів [1; 2].

Враховуючи міжнародні стандарти на туристичному ринку якість обслуговування це найефективніший інструментарій, який можна

використати для конкурентної боротьби, яка сприяє збільшенню економічної ефективності індустрії туризму загалом та ефективності туристичних підприємств зокрема [6; 7]. Проте необхідно враховувати, що якість обслуговування має характерні можливості і формується з наступних складових:

- якість надання послуг, до яких відносять рівень відповідності споживчих властивостей сервісу конкретної вимоги, що відповідає як правилам діючих нормативних та технологічних документів, так і побажань конкретного споживача туристичного продукту, погодженого при прийомі замовлення.

- до якості обслуговування споживачів відносять рівень відповідності споживчих ознак бізнес-процесів обслуговування індивідуальної вимоги споживача туристичного продукту, яка формується сукупністю умов та способів, забезпечувати цьому споживачеві одержати послуги з мінімальним витраченим часом та максимально високою культурою обслуговування [1, 6].

Саме тому необхідною вимогою покращення якості обслуговування у туристичній сфері є розробка напрямів удосконалення бізнес-процесів для максимального задоволення вимог споживачів, а також збільшення попиту на туристичні послуги, які прямо залежить від якості та класу обслуговування (рис.1).

Отже, основними бізнес-процесами є ті, які зорієнтовані на надані якісних послуг, що представляють цінність для зовнішнього споживача і забезпечують підприємству отримання максимального доходу. У результаті дослідження було визначено основні параметри оцінки якості туристичних послуг споживачів, до яких відносять:

- Телефонні переговори. Це дотримання основних і найбільш значущих для туристичної сфери правил сучасного сервісу; у цьому процесі повинні виконуватися спеціальні критерії телефонного контакту зі споживачем; нерозривний зв'язок та гнучкість сервісу з менеджером, його скерованість на облік вимог ринку, які швидко змінюються та прерогативи споживачів туристичних послуг.

- Зовнішнє середовище, це найбільша відповідність обслуговування вимогам споживачів і характеру використання. Це необхідність зручного розташування офісу; приміщення мають бути чистими; обов'язкове розміщення режиму роботи на вході в офіс, тощо.

- Внутрішнє середовище. Створення відповідного середовища для трудового колективу, спроможного забезпечити сервіс вищої якості: ергономічність робочих місць; розробка правил чіткого та однозначного формулювання, обов'язкових для дотримання всіма працівниками без виключення; чітка та зрозуміла система оцінювання якості та ефективності роботи персоналу, яка надасть



змогу об'єктивно визначати кількісну та якісну ефективність обслуговування, особливо за такими критеріями, які важко піддаються обліку. Наприклад, доброзичливість, чемність, делікатність, ввічливість; в рамках мотивації персоналу - зацікавленість в розквіті підприємства, де працює людина, а також щире бажання виконувати всю роботу з максимальною ефективністю; наявність системи підвищення кваліфікації персоналу, дотримання корпоративних стандартів в одязі працівників; наявність та доступність рекламних матеріалів, тощо.

- Організаційне середовище. Оптимізація або реорганізація елементів структури управління

на підприємстві. Адже, найліпшою є така організаційна структура управління, де без шкоди для якості обслуговування, кількість елементів гранично невелика, тобто чим довший ланцюжок проходження замовлення, тим більша ймовірність здійснення помилки або зловживань.

- Суб'єктивна оцінка. Багатобічний та безперервний моніторинг та контроль за якістю наданою обслуговування, що передбачає участь споживача в оцінюванні якості отриманих послуг. Тобто повинне бути особисте емоційне враження клієнта від візиту до офісу, результатом якого є позитивне або негативне рішення про придбання туру та рекомендації послуг знайомим.

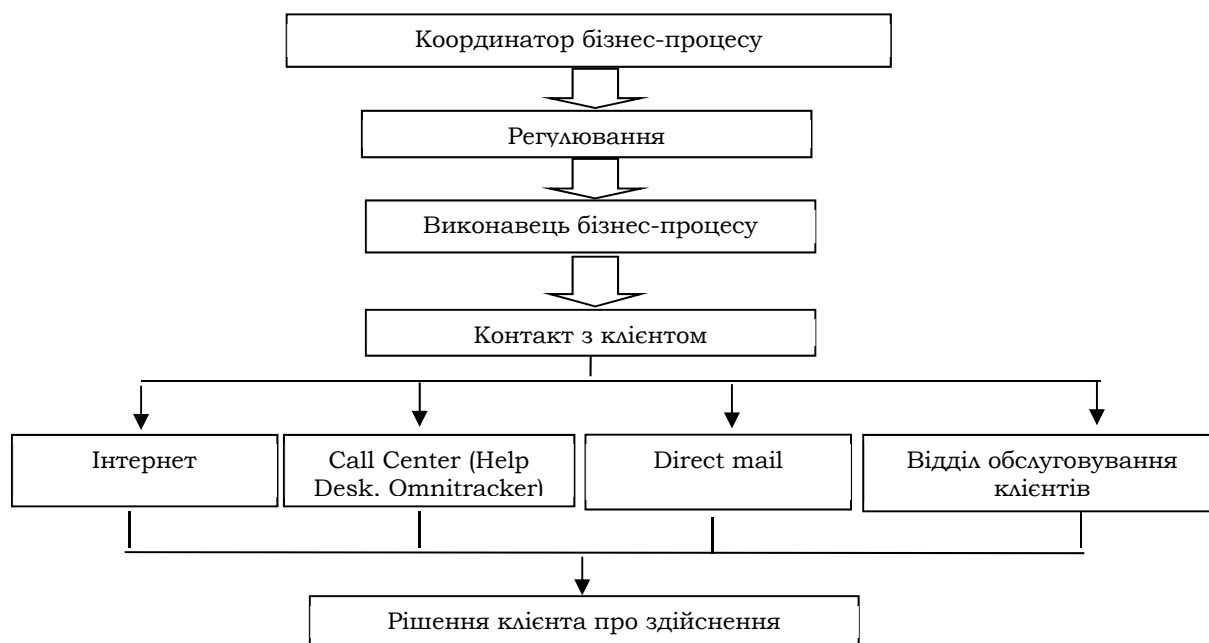


Рис. 1. Напрями удосконалення бізнес-процесу  
Джерело: розробка автора з використанням [2; 3; 7; 8].

Враховуючи вищевказане неодмінною вимогою забезпечення безперервного технологічного процесу з відповідним рівнем якості обслуговування є ефективність взаємодії всіх елементів структури управління, таких як бізнес-процеси, які дозволяють негайно виправляти помилки і виключати можливість їх повторення.

Враховуючи практичний досвід, для синтезу бізнес-процесів використовуються складні моделі, які побудовані на спеціалізованому програмному забезпеченні або інформаційних системах. Ось чому доцільно розробити підхід, який дозволить описувати та аналізувати бізнес-процеси менеджера або бізнес-аналітика, що значно полегшить виявлення та усунення недоліків при реалізації окремих бізнес-процесів.

Проте, не всі бізнес-процеси повинні управлятися зазначеним чином. Керівництво туристичного підприємства повинно шукати процеси, які є важливими для функціонування саме їх бізнесу, й процеси, які можуть бути

використані для забезпечення конкурентної переваги та підвищення якості обслуговування. На нашу думку, найкращими процесами, які слід розглядати, є ті, які включають працівників з декількох підрозділів, ті, які вимагають прийняття рішень, які можна легко автоматизувати (алгоритмізувати), а також процеси, що змінюються на основі обставин [7; 8].

Враховуючи вищевказане, розглянемо управління сервісними бізнес-процесами, які принципово відрізняється від інших сучасних методів та прийомів на прикладі центру клієнтського обслуговування туристичного підприємства.

Всі бізнес-процеси та регламенти центру клієнтського обслуговування побудовані таким чином, щоб забезпечити стабільну роботу, та попередити виникнення проблем, а при виникненні збоїв у роботі - усунути їх в прогнозовані і затверджені в угоді щодо рівня послуг (SLA) терміни та забезпечити туристичному бізнесу безперебійну роботу.

У зв'язку з цим, реалізація управління бізнес-процесами в сфері туризму вимагає дотримання чіткої послідовності етапів її виконання (рис.2):

- поєднання схожих процедур в один процес;
- встановлення послідовного ланцюга операцій;
- багатоваріантність виконання процесу;
- мінімізація кількості ланок, які контролюються;
- принцип усунення надмірної інтеграції між підрозділами;
- самостійне прийняття рішення виконавцями процесу;
- надання більш широких повноважень виконавцям процесу.

Такий опис бізнес-процесу дозволяє по-перше детально розглянути сукупність взаємозалежних підпроцесів, по-друге визначити та попередити виникнення можливості негативного результату окремого підпроцесу, що впливатиме на якість обслуговування та тривалість бізнес-процесу взагалі.

Розглянемо більш детально управління центром клієнтського обслуговування. Робота центру організована за багаторівневим принципом, що дозволило якісно обслуговувати максимальну кількість звернень клієнтів в одиницю часу:

- Диспетчер веде прийом та реєстрацію звернень, отриманих іншими каналами зв'язку: Help Desk, Omnitracker, e-mail, web, viber, MS teams, тощо.

- Системні адміністратори технічної підтримки допомагають діагностувати причини звернень, надають консультації та, по вимозі замовника, надають підтримку через віддалений доступ максимально оперативно або надіслання замовлення поштою (розсилка за посередництвом direct mail вміщує каталоги, проспекти, рекламні листівки та приєднані спеціальні формуляри замовлення, які достатньо заповнити і надіслати традиційною поштою); виконання замовлення телефоном (як правило, за допомогою безкоштовних номерів інформаційної лінії чи Call/Contact Center).

- Команда профільних виконавців вирішують технологічно складні проблеми та працюють безпосередньо із замовником. Після прийняття замовлення виконавці туристичного підприємства виконують його аналіз, контролюючи при цьому стан вільних місць.

- Менеджер виконує системний збір даних про інциденти конкретного замовлення, з метою прогнозу появи типових збоїв та їх запобігання. Також у випадку виявлення клієнтом бажання здійснити безготівковий розрахунок здійснює перевірку актуальності інформації і здатності до проведення операції, тощо.

- Директор та начальник відділу постійно працюють над пошуком шляхів оптимізації витрат часу і ресурсів на клієнтське обслуговування.

Отже, проведене дослідження показало, що впровадження автоматизованих систем управління у туристичний бізнес несе підвищені ризики, але в той же час дозволяє значно збільшити потенціал для не тільки підвищення прибутковості бізнесу та максимального підвищення якості обслуговування, а й значно зберегти час споживача. Адже, бурхливий розвиток Інтернету дає можливість:

- по перше туристичному підприємству створювати унікальні пропозиції, збираючи в реальному часі комбінації з авіаквитків чи готелів та легко комбінувати рейси різних авіакомпаній.

- по-друге дає змогу покупцю швидко ознайомитися з пропозицією наданою туристичними підприємством та здійснити вибір найцікавішої серед них, з наступним швидким оформленням замовлення й здійсненням грошових розрахунків за одну хвилину із наданням цілодобової підтримки по всім сучасним засобам зв'язку, включаючи месенджери із відповідними умовами обслуговування (відповідністю призначенню; точності і своєчасності виконання замовлення; комплексності та етичності обслуговуючого персоналу; комфортності та ергономічності) тощо.

#### **Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.**

Враховуючи вищенаведене можна сказати, що пріоритетними для покращення якості надання туристичних послуг є наявність використання та утримання протягом тривалого періоду постійних конкурентних переваг, які мають характерні риси: цінність для споживачів, особливість чи унікальність та складність для дублювання конкурентами.

На підставі запропонованих практичних рекомендацій щодо управління бізнес-процесом центра клієнтського обслуговування можемо стверджувати, що вітчизняним туристичним підприємствам вкрай необхідно змінювати принципи свого функціонування: від патерналізму та пасивності до активності, від традиційності до інновацій та використання новітніх технологій. Адже здатність туристичного бізнесу досягати своїх цілей, забезпечуючи конкурентоспроможність послуг, визначається шляхом реалізації сукупності прийомів та заходів, які забезпечують ефективне та раціональне функціонування бізнес-процесів з метою максимального задоволення потреб споживачів.

Подальшого вивчення потребує питання розробки комбінованого підходу, який дозволить використовувати комплекс відповідних методів та інструментів з реінжинірингу бізнес-процесів туристичних підприємств.

Етап 0	Етап 1		Етап 2		Етап 3		Етап 4		Етап 5	
	Диспетчер		Системний адміністратор технічної підтримки		Виконавець		Менеджер		Організаційно-адміністративний	
	Вид роботи	Час, хв.	Вид роботи	Час, хв.	Вид роботи	Час, хв.	Вид роботи	Час, хв.	Вид роботи	Виконавець
Початок	Виявлення причини звернення. Ухвалення замовлення в роботу	п	Прийом замовлення в роботу	п	Оформлення замовлення	п	Отримання попередньої оплати. Контроль за дотриманням регламенту виконання замовлення	п	Динаміка діяльності, задоволеність клієнтів якістю роботи в розрізі часу	Начальник відділу
	Надалі автоматичне призначення відповідально го вирішення проблеми або замовлення	п	Виконання первинної діагностики замовлення	п	Підтвердження та виконання замовлення	п	Перевірка попередньої оплати	п	Зовнішній вигляд особистого кабінету відповідно до корпоративного стилю. Отримання доходу від реалізації	Директор, системний адміністратор
	Відправка заявки в очікування, з обов'язковим зазначенням часу на її виконання	п	Віддалене виконання робіт	п	Отримання попередньої оплати. Виконання замовлення.	п	Оформлення документів. Візові формальності.	п	Підготовка довідкової інформації. Контроль оплати туристичного продукту.	Менеджер
	Віддалене вирішення проблеми пов'язаної з замовленням	п	Вирішення проблем з обов'язковим зазначенням часу на її рішення	п	Вирішення проблем з обов'язковим зазначенням часу на її рішення	п	При порушенні підрозділом встановлених правил роботи, озвучувати керівництву застосування адміністративних заходів у всіх випадках	п	Повідомлення Замовника за допомогою sms-повідомлень (Viber, MS Teams) про статус заявки. Автоматична відправка sms, з метою оперативного стеження за замовленням	Менеджер, системний адміністратор
	Призначення замовлення на виконавця (надалі автоматичне взаємодія системи з e-mail)	п	Відправка замовлення на модерацію	п	Відправка замовлення на модерацію	п				
	Контроль за дотриманням регламенту виконання замовлення	п	Закриття заявки і оформлення документів	п		п				
	Повідомлення керівництва про труднощі, що виникли в ході вирішення замовлення (її ескалація)	-								

Рис. 2. Опис виконання бізнес-процесів центру клієнтського обслуговування, з метою автоматизації (розроблено автором)

## TOOLS OF IMPROVING THE QUALITY OF TOURIST SERVICES IN THE CONDITIONS OF COMPETITION

**Liudmyla Bondarenko**, PhD (Economics), Associate Professor, National Technical University "Dnieper Polytechnic", Dmytro Yavornytsky Avenue, 19, Dnipro, Ukraine, 49000, e-mail: Bondarenko.L.A@nmu.one, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4904-7435>, Scopus Author ID: 55661674900

The article examines the theoretical and practical principles of business process management in the field of tourism. The factors are given and their influence on creation of qualitative tourist service is investigated; the most essential quality criteria influencing activity of the enterprises of tourist sphere are resulted. The subject of the article is the aspects of business process management of modern tourism enterprises, the management of which should be aimed at ensuring the competitiveness of tourism services. To this end, attention is focused on the quality of tourist services in view of the strengthening of individualization of demand. Objective: to consider the structuring of tourist services, to identify general and specific components that are inherent in the tourist offer, to explore the features of the process approach to business process management in the tourism industry through the prism of interpretations of modern scientists. The following general scientific methods were used in the research: analytical, descriptive, comparative, systematic, systemic. The following results were obtained: it was proved that the process approach is a modern, powerful and effective means of managing the activities of a tourist enterprise and significantly improves the quality of tourist services. However, in practice, due to the specifics of the tourism business, the separation of business processes of the tourism enterprise is a difficult task. Conclusions: the main essential properties of the business process of a tourist enterprise are separated, which characterize it as a set of interconnected operations, including organization, interdependence, efficiency, continuity, convenience, application of Internet technologies to increase efficiency and effectiveness of business processes of tourist enterprises. The business process inherent in the tourist enterprise that distinguishes it from set of the enterprises of other spheres is offered.

**Key words:** business processes, quality of service, tourist product, management, competitiveness, demand, tourist activity, sale of tourist product.

## ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

**Бондаренко Людмила Анатольевна**, кандидат экономических наук, доцент, Национальный технический университет «Днепропетровская политехника», проспект Дмитрия Яворницкого, 19, г. Днепр, Украина, 49000, e-mail: Bondarenko.L.A@nmu.one, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4904-7435>, Scopus Author ID: 55661674900

В статье исследованы теоретические и практические основы управления бизнес-процессами в сфере туризма. Приведены факторы и исследовано их влияние на создание качественного туристического обслуживания; приведены наиболее существенные критерии качества, влияющие на деятельность предприятий туристической сферы. Предметом исследования статьи является аспекты управления бизнес-процессами современных туристических предприятий, управление которыми должно быть направлено на обеспечение конкурентоспособности туристических услуг. С этой целью сосредоточено на качестве туристических услуг с учетом усиления индивидуализации спроса. Задачи: рассмотреть структурирование туристических услуг, определить общие и специфические компоненты, которые присущи туристической предложению, исследовать особенности применения процессного подхода к управлению бизнес-процессами на предприятиях туристической отрасли через призму трактовок современных ученых. В исследовании использовались следующие общенаучные методы: аналитический, описательный, сравнительный, систематический, системный. Получены следующие результаты: доказано, что процессный подход является современным, мощным и эффективным средством управления деятельностью туристического предприятия и значительно повышает качество туристического обслуживания. Однако на практике, в силу специфики сферы туристического бизнеса, выделение бизнес-процессов туристического предприятия является сложной задачей. Выводы: отдельные основные сущностные свойства бизнес-процесса туристического предприятия, которые характеризуют его как набор взаимосвязанных операций, среди которых организация, взаимозависимость, оперативность, непрерывность, удобство, применение интернет-технологий, с целью повышения оперативности и эффективности бизнес-процессов туристических предприятий. Предложенный бизнес-процесс, присущий туристическому предприятию, отличает его из совокупности предприятий других сфер.

**Ключевые слова:** бизнес-процессы, качество обслуживания, туристический продукт, управление, конкурентоспособность, спрос, туристическая деятельность, сбыт туристического продукта.

### Література

1. Глушко В. Просування туристичних послуг. Науковий журнал київського національного торговельно-економічного університету. Київ, 2018. № 1. – С. 86–96. – URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt\\_2018\\_1\\_9;](http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2018_1_9;)

2. Пустовіт О. Г., Пустовіт Є.В. Особливості бізнес-процесів у туристичних компаніях. Збірник наукових праць одеського національного морського університету. Одеса, 2020. № 1. – С. 115-126. – URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/rmegt\\_2020\\_1\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/rmegt_2020_1_11);
3. Батьковець Н. О., Кордек Е. І., Стецюк Л. Р. Віртуалізація бізнес-процесів через впровадження сучасних інформаційних технологій в туризмі. Актуальні задачі сучасних технологій: матеріали IV міжнародної науково-технічної конференції., м. Тернопіль, 25-26 листопада 2015 р. Тернопіль, 2015. С.175-176. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/batkovec2.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/batkovec2.htm);
4. Сагалакова Н. О. Туризм: бізнес-процеси, ціни і ціноутворення : монографія, Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. – 416 с.;
5. Головкава Л. С., Дяченко Л. А. Реінжиніринг бізнес-процесів у розвитку залізничного туризму в Україні. Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. Проблеми економіки транспорту. Дніпро, 2016. № 12. – С. 67-76. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpdnuzt\\_pet\\_2016\\_12\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpdnuzt_pet_2016_12_10).;
6. Стоян К. С., Широка В. В. Теоретичні засади вдосконалення бізнес-моделі туристичного підприємства. Електронне наукове фахове видання. Ефективна економіка. Київ, 2019. № 1. – URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2019\\_1\\_42](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_1_42).;
7. Цвілій С. М., Бублей Г. А. Діджиталізація бізнес-процесів компаній з надання міжнародних туристичних послуг. Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 21 листопада 2020р. Київ. – URL: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/article/view/3765](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3765)
8. Шамликашвили В. А. Виртуальний туризм як новий вид туризму. Научно-практический журнал. Креативная экономика. 2014. № 10(94). С. 128-138.

### References

1. Hlushko V. (2018) Prosuvannya turystychnykh posluh [Promotion of tourist services]. Naukovyi zhurnal kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu [Scientific journal of Kyiv National Trade and Economics University]. no 1, pp. 86–96. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt\\_2018\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2018_1_9).
2. Pustovit O. H., Pustovit Ye.V. (2020) Osoblyvosti biznes-protseviv u turystychnykh kompaniiakh [Features of business processes in tourist companies]. Zbirnyk naukovykh prats odeskoho natsionalnoho morskoho universytetu [Collection of scientific works of the Odessa National Maritime University]. no 1, pp. 115-126. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/rmegt\\_2020\\_1\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/rmegt_2020_1_11);
3. Batkovets N. O., Kordek E. I., Stetsiuk L. R. (2015) Virtualizatsiia biznes-protseviv cherez vprovadzhenia suchasnykh informatsiinykh tekhnolohii v turyzmi [Virtualization of business processes through the introduction of modern information technologies in tourism]. Aktualni zadachi suchasnykh tekhnolohii: materialy IV mizhnarodnoi naukovo-tekhnichnoi konferentsii [Actual tasks of modern technologies: materials of the IV International Scientific and Technical Conference], Ternopil, 25-26 lystopada 2015. pp. 175-176. Available at: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/batkovec2.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/batkovec2.htm).
4. Sahalakova N. O. (2016) Turyzm: biznes-protsevy, tsyny i tsinoutvorennia: monohrafiia [Tourism: Business Processes, Prices and Pricing: Monograph], Kyiv : Kyiv. nats. torh.- ekon. un-t.
5. Holovkova L. S., Diachenko L. A. (2016) Reinzhyrnyrh biznes-protseviv u rozvytku zaliznychnoho turyzmu v Ukraini [Reengineering business processes in the development of railway tourism in Ukraine]. Zbirnyk naukovykh prats Dnipropetrovskoho natsionalnoho universytetu zaliznychnoho transportu imeni akademika V. Lazariana. Problemy ekonomiky transportu [Collection of scientific works of the Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after academician V. Lazaryan. Problems of transport economy]. no 12, pp. 67-76. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpdnuzt\\_pet\\_2016\\_12\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpdnuzt_pet_2016_12_10).
6. Stoian K. S., Shyroka V. V. (2019) Teoretychni zasady vdoskonalennia biznes-modeli turystychnoho pidpriemstva [Theoretical principles of improving the business model of a tourist enterprise]. Elektronne nauкове fakhove vydannia. Efektyvna ekonomika [Electronic Scientific Professional Edition. Effective economy]. no 1. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2019\\_1\\_42](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_1_42).
7. Tsvilyi S. M., Bublei H. A. (2020) Didzhytalizatsiia biznes-protseviv kompanii z nadannia mizhnarodnykh turystychnykh posluh [Didegitization of business processes companies for the provision of international tourist services]. Didzhytalizatsiia suchasnoi systemy mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Didding the modern system of international economic relations: Materials of the International Scientific and Practical Conference], Kyiv, 21 lystopada 2020. Available at: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/article/view/3765](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3765)
8. Shamlikashvili V. A. (2014) Virtualnyi turizm kak novyy vid turizma [Virtual tourism as a new type of tourism]. Nauchno-prakticheskiy zhurnal. Kreativnaya ekonomika [Scientific-practical magazine. Creative economics]. no 10(94). pp. 128-138.

Статтю отримано 30 березня 2021 р.

## ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗЕЛЕНИХ ШЛЯХІВ В УКРАЇНІ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ РИНКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ\*

**Гапоненко Ганна Ігорівна**

канд. екон. наук, доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

мн. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

**Василенко Анастасія Володимирівна**

студент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

мн. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: asya27679@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1737-5119>

**Шамара Ірина Миколаївна**

канд. екон. наук, доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

мн. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

email: shamara@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000000224319185>

Розвиток туристичної діяльності в регіоні є частиною соціально-економічного комплексу, та безпосередньо впливає на такі сектори, як промисловість, торгівля транспорт, сільське господарство та виробництво товарів народного споживання і є одним із перспективних напрямків в формуванні ВВП економіки. В 2020 р. через пандемію COVID-19 сільський зелений туризм перетворився на окремий суттєвий сектор туристичного ринку в розвинених країнах світу. Більшість українських регіонів, спираючись на унікальну природу, багату культурно-матеріальну спадщину та традиції сільського населення також успішно реалізують проекти в галузі сільського зеленого туризму. Однак в цілому, його частка в загальному обсязі туристичних послуг в Україні залишається порівняно низькою. Предметом статті є особливості розвитку сільського зеленого туризму в нашій країні, в тому числі організація Зелених шляхів. Мета дослідження полягає в розробці теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо перспектив організації Зелених шляхів в Україні як пріоритетного напрямку розвитку ринку внутрішнього туризму, зокрема Харківської області. Для досягнення мети в роботі поставлено та вирішено такі завдання: виявлено особливості становлення та розвитку сільського зеленого туризму в Україні та Харківській області; розроблено Зелений маршрут для підтримки та популяризації сільського зеленого туризму у Харківській області. Методика дослідження. Для виконання поставлених завдань дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу й синтезу при дослідженні ролі та місця внутрішнього туризму в розвитку регіонів; логічний, діалектичний, метод узагальнення, комплексного і системного підходів – для вдосконалення понятійного апарату дослідження; статистичного аналізу, порівняння та узагальнення – при дослідженні особливостей організаційно-економічного механізму розвитку сільського зеленого туризму. В результаті дослідження виявлено пріоритетні напрями для розвитку туризму, які потрібно реалізовувати в першу чергу в Україні та в Харківській області зокрема. Для цього авторами обрано напрямком поєднання активного туризму з пізнавальною складовою. Реалізація туристичного потенціалу Харківської області включає створення Зеленого маршруту з велоспорядженням. Висновки. Організація Зеленого маршруту дозволить: оптимізувати та підтримати якість навколишнього середовища і створити нові можливості для рекреації; забезпечити зв'язки між районними та заміськими зеленими просторами; створити можливості для активної рекреації, забезпечити альтернативні транспортні маршрути. Подальша розробка цього та інших Зелених маршрутів в Україні дасть змогу створити позитивний імідж та підвищити атрактивність території, сформувати регіональний туристичний продукт, збільшити потоки туристів та забезпечити поповнення бюджету.

**Ключові слова:** Зелені шляхи, екостежки, сільський зелений туризм, внутрішній туризм, євроінтеграція, «Зеленими стежками Харківщини».

\* **Cite as:** Haponenko, H., Vasylenko, A., Shamara, I. (2021). Green Tract Organizing Prospects in Ukraine as an Internal Tourism Market Development Priority Direction, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 15, 174-185. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-18>

**Постановка проблеми.** У сучасному світі туристична індустрія залишається однією з найбільших галузей світової економіки. Сьогодні міжнародний туризм став однією з найприбутковіших і швидкозростаючих індустрій у світовій економічній системі. Незважаючи на світові тенденції та величезний внутрішній туристичний потенціал, стан українського туризму все ще має багато недоліків. Серед багатьох переваг виділяють дивовижне різноманіття напрямків для відпочинку та

рекреаційних ресурсів. Однак нерозвиненість інфраструктурної бази та недоліки правового регулювання індустрії туризму призвели до того, що Україна займає лише невеликі позиції у світовій туристичній галузі [15].

Індустрія туризму України характеризується переважаючим імпортом турпослуг порівняно з експортом. Аналізуючи галузеву структуру з точки зору типів міжнародного туризму, можна помітити, що вона зазнала суттєвих змін (рис. 1).

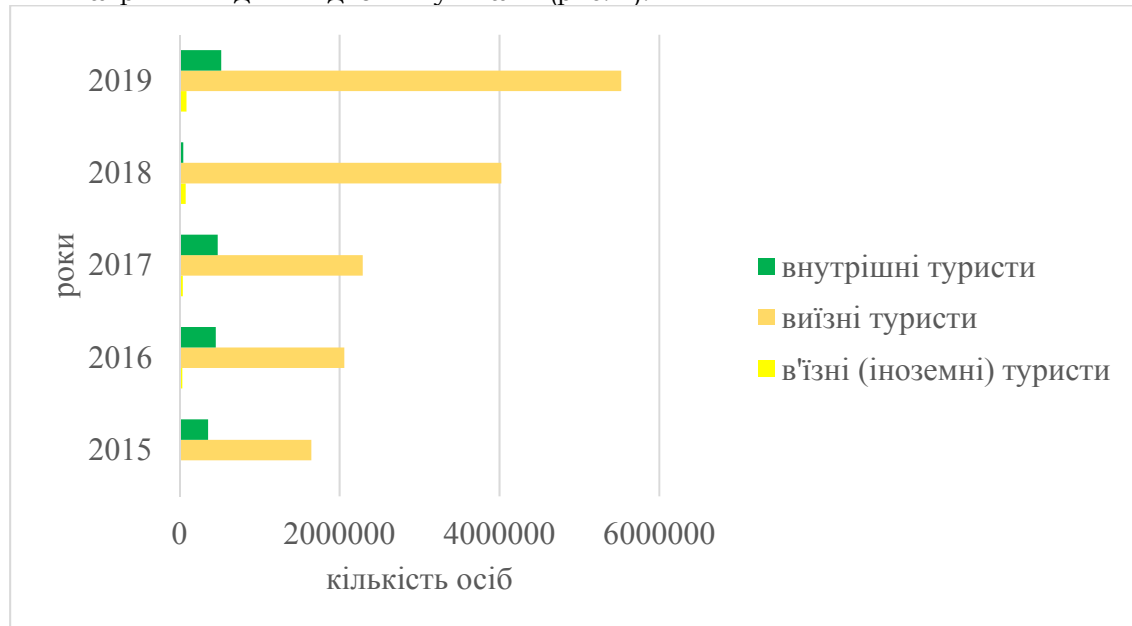


Рис. 1. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму. Складено авторами за джерелом: [7]

Як можна побачити з рис. 1.1, у період з 2015 по 2019 роки частка іноземних (в'їзних) туристів у загальній структурі відвідувань нашої держави залишається найменшою. У 2014-2015 рр. вона була на найнижчому рівні за всю історію спостережень в незалежній Україні (0,7%). В ці роки туристичний ринок України зазнав серйозних випробувань. Зміна влади, революція, анексія Криму, антитерористична операція на Сході, девальвація національної валюти та зниження рівня життя населення – усі ці фактори мали негативний вплив на туристичну галузь та на загальний імідж нашої країни за кордоном. Попит на туризм впав на 70%. Виїзний туристичний потік з України, який становив близько 2 мільйонів осіб на рік, зменшився до 700-800 тисяч.

Незважаючи на економічну кризу, слід зазначити, що загальна кількість туристів в Україні зросла зі 4557,4 тис. у 2018 році до 6132,1 тис. у 2019 році. Частка туристичних суб'єктів у різних регіонах України також зменшилась. Якщо ми будемо порівнювати з 2016 роком, то їх відсоток збільшився в Києві, Запоріжжі та Київській області, але в Закарпатській, Дніпропетровській та

Чернівецькій областях він продовжує зменшуватися щороку.

Потрібно відмітити, що в Україні кількість колективних засобів розміщення з 2015 по 2019 роки збільшилася з 4341 до 5335, що в процентному вираженні становить приблизно 20%. Аналізуючи дані за регіонами України у 2019 р., найбільша їх кількість (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб) припадала на Одеську, Запорізьку, Львівську, Дніпропетровську та Миколаївську області, найменша – на Луганську, Кіровоградську, Чернігівську, Рівненську та Сумську [7].

Наразі з'явилася та активно пропагується тенденція до збільшення частки внутрішніх туристів, особливо за останні два роки. Національна туристична організація України оголосила минулий 2020 рік – роком розвитку регіонального та сільського зеленого туризму. Статус внутрішнього туризму зростає, особливо в умовах глобальної пандемії COVID-19. Зокрема, все більшого значення набуває сільський зелений туризм та його різновиди.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Проблематика розвитку сільського зеленого туризму для вітчизняної науки хоч і є новою, проте вона перебуває в епіцентрі уваги багатьох

науковців. Найбільший науковий інтерес становлять праці таких вчених, як В. Безсонюк, М. Волошина, Г. Гапоненко, А. Дмитрук, Г. Ємець, Ю. Зінько, В. Євдокименко, О. Король, Ю. Кушнір, М. Лендел, О. Любіцева, В. Мацол, А. Парфіненко, Т. Пінчук, М. Рутинський, А. Чудновський, І. Шамара та ін.

**Мета дослідження** полягає в розробці теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо перспектив організації Зелених шляхів в Україні як пріоритетного напрямку розвитку ринку внутрішнього туризму, зокрема Харківської області.

**Виклад основного матеріалу.** Останнім часом все більш популярним стає малобюджетний туризм, особливо: екологічний, спортивно-оздоровчий, етнографічний, сільський тощо. Їх розвиток не вимагає великих вкладень, і вони можуть швидко забезпечити віддачу. Окрім відносної дешевизни перерахованих видів туризму, вони також мають характеристики екологічної спрямованості, що робить їх цікавими для більшості економічно розвинених країн. Ми класифікуємо ці види туризму як «зелені» (екологічні), оскільки, згідно з чинним визначенням, вони включають відпочинок в екологічно чистих районах, а також культурно-пізнавальну функцію, що сприяє збереженню навколишнього середовища та зростанню добробуту місцевих жителів тощо.

Зелені маршрути (стежки) – greenways – новий інноваційний інструмент розвитку туризму. Він дозволяє створювати привабливі, інформативні, доступні і безпечні туристичні маршрути на основі використання місцевих ресурсів, потенціалу природного та історико-культурної спадщини, залучення місцевих ініціатив, пропаганди здорового способу життя та збереження навколишнього середовища. Все це сприяє соціально-економічному та екологічно безпечному розвитку регіону.

Потрібно відзначити, що у країнах Європи ідея Зелених маршрутів стала поширюватися в кінці 80-х і початку 90-х рр. ХХ ст. Зелені маршрути тут розуміються як туристичні рекреаційні коридори, створені для пересування немоторизованими транспортними засобами. Це незалежні і не пов'язані з автотрасами маршрути, що йдуть уздовж старовинних історичних доріг, природних екологічних коридорів або забутих комунікаційних трактів (наприклад, занедбаних залізниць). Метою є пропаганда активного стилю життя, поліпшення здоров'я людей і стану навколишнього природного середовища. Європейська Асоціація Зелених Маршрутів (European Greenways Association – EGWA) була заснована в 1997 р. в м. Намюр (Бельгія) і об'єднала громадські організації та установи, що займаються створенням і просуванням Зелених маршрутів.

У Центральній і Східній Європі засновниками Зелених маршрутів стали чехи. Першою ініціативою був маршрут, створений в 1990 р., який з'єднує Відень із Прагою (Зелений маршрут Прага – Відень). Потім подібні програми стали доповнюватися соціальними і природоохоронними аспектами.

Програма Зелених Маршрутів в Центральній і Східній Європі була сформована як громадська ініціатива в 2000 р. Вона реалізується в рамках міжнародного об'єднання «Екологічне партнерство для сталого розвитку», куди входять Польща, Чеська Республіка, Словаччина, Угорщина, Румунія і Болгарія. У мережі Зелених маршрутів Центральної та Східної Європи перебувають маршрути великої протяжності, а також кілька локальних і міських маршрутів. Всі зелені маршрути greenways реалізуються відповідно до загальних критеріїв. З 2005 р. в рамках програми SEG «Зелені Маршрути в Центральній і Східній Європі» присуджується щорічна премія Зелених маршрутів – greenways імені Лоренса С. Рокфеллера – за кращу ініціативу Зеленого маршруту в цьому регіоні.

Так, «Шлях лелек у Підлясьє», протяжністю майже 400 км від Польщі до Білорусі, виник вздовж місць скупчення гнізд лелек. І тепер він активно використовується для туристичних подорожей річками, озерами, для прогулянок лісом, відвідування місць гніздування лелек. Інший Зелений шлях, що простягнувся на 1250 км в Південній Моравії (Чехія), пов'язаний з виноробством. Туристи можуть побачити виноградники, побувати у винних підвалах і ознайомитися з процесом виготовлення вина, дегустувати різні його сорти та відвідати музеї.

Ще один шлях довжиною 1200 км від Чехії до Німеччини став зразком того, як місцеві громади можуть створити інфраструктуру. А це – десятки готелів і ресторанів, безліч пунктів прокату велосипедів і човнів. Доповнюють туристичний потенціал території різні музеї та галереї, парки розваг тощо [3].

Створення та організація Зелених маршрутів в Україні (та Харківській області зокрема) на базі природних та історико-культурних ресурсів є одним із найперспективніших напрямів розвитку туристичної діяльності. Саме екологічний туризм та його розвиток дає фундамент для сталого туризму з раціональним використанням природних ресурсів та культурних пам'яток, впливаючи на розвиток та привабливість території.

Діяльність екотуризму є однією з концепцій сталого розвитку в зв'язку з тим, що вона передбачає взаємодію екологічного аспекту (подорожі в будь-якому випадку здійснюються в межах навколишнього середовища і її вплив), економічний фактор (формування пропозиції в туризмі та стимулювання попиту на туристичний продукт, розвиток туризму як



національної та регіональної галузі економіки), а також залучення соціальної сфери (туристів, місцевого населення).

В Україні Зелені шляхи знаходяться на стадії організації, але потенційних територій для їх створення – близько сотні. Перший в нашій державі Зелений шлях «Долина двох рік» був запроєктований у 2016 році в Києво-Святошинському районі Київської області. Його перевагами є велика кількість природних об'єктів: долини річок Ірпінь та Бобринця, а також соснові ліси поряд, на основі яких планується створення Національного природного парку «Приірпіння та Чернечий ліс».

Протяжність головної нитки шляху близько 50 км. Окрім того, на території готується ще кількадесят кілометрів тематичних маршрутів (рис. 2).

Особливістю цього Зеленого шляху є активність місцевих мешканців, завдяки яким відбуваються ярмарки, мистецькі, культурні та інші події, змагання з триатлону і кінного туризму, велосипедні та піші прогулянки. Також тут відбувається освоєння річки Ірпінь для сплавів, яка зберегла багато рис «дикої» річки. Територія Зеленого шляху «Долина двох рік» є дуже цікавим місцем для відпочинку киян, оскільки знаходиться недалеко від столиці [8].



Рис. 2. Маршрут Зеленого шляху «Долина двох рік» [8]

Ще одним прикладом слугує шлях «Медове коло», який формують басейни річок Горині і Случа. Саме тому ключовими для даного грінвея є такі види туризму, як зелений, екологічний, агротуризм, активний, велосипедний, спортивний, водний та інші нішеві види, а також оздоровлення та відпочинок. Головний шлях становить близько 250 км та налічує ще кількасот кілометрів локальних маршрутів (рис. 3). Додатковими туристичними продуктами території є: бортництво, екологічна освіта (використання можливостей Ківерцівського національного природного парку «Цуманська Пуща», Надслучанського регіонального ландшафтного парку, а також лісгоспів), археологічні пам'ятки, популяризація здорового харчування [9].

Основу шляху «Прадавній Велет» формує долина річки Дністер та його лівосторонні притоки Коропець, Стрипа, Джурин, Серет,

Тупа, Нічлава та Збруч (рис. 4). Основні туристичні ресурси регіону зосереджені в його долинах. Крім того, Дністер та його притоки звиваються долинами, подібними до каньйонів, за течією. Це формує унікальний і неповторний ландшафт та клімат, повний природних об'єктів та територій. Перш за все, це Національний природний парк «Дністровський каньйон» та Регіональний ландшафтний парк. Проектована територія насправді «оточена» іншими важливими територіями, такими як Галицький національний природний парк, Регіональний ландшафтний парк «Дністровський», Національний природний парк «Хотинський», Національний природний парк «Подільські Товтри» та заповідник «Медобори». Ось чому зелений (включаючи екологічний) туризм є основою всієї концепції розвитку туризму Придністров'я [6].

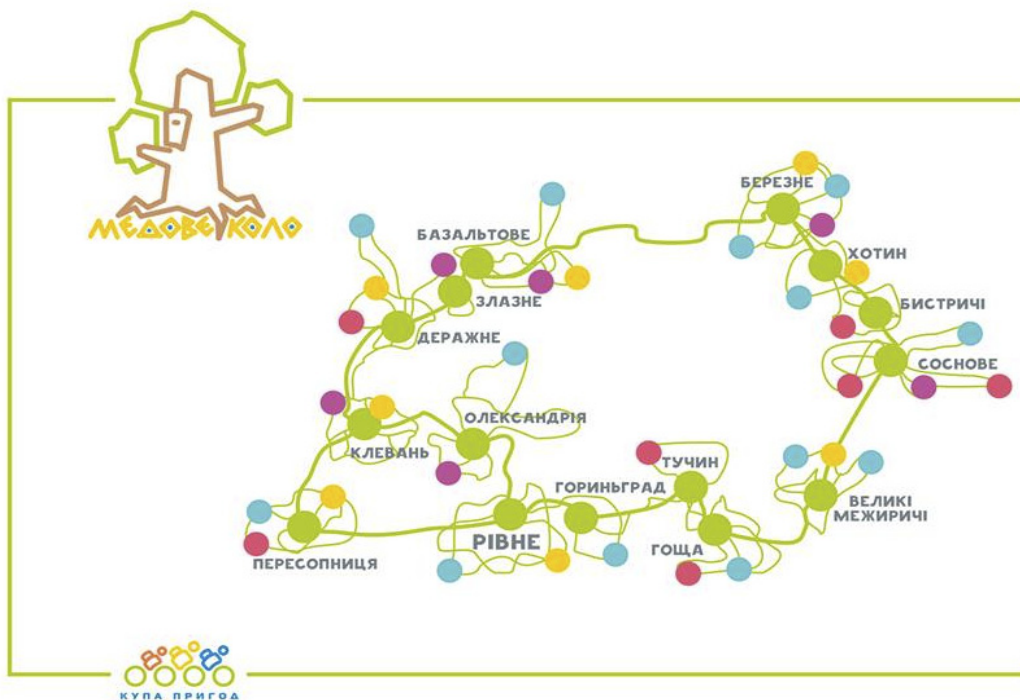


Рис. 3. Маршрут Зеленого шляху «Медове коло» [9]

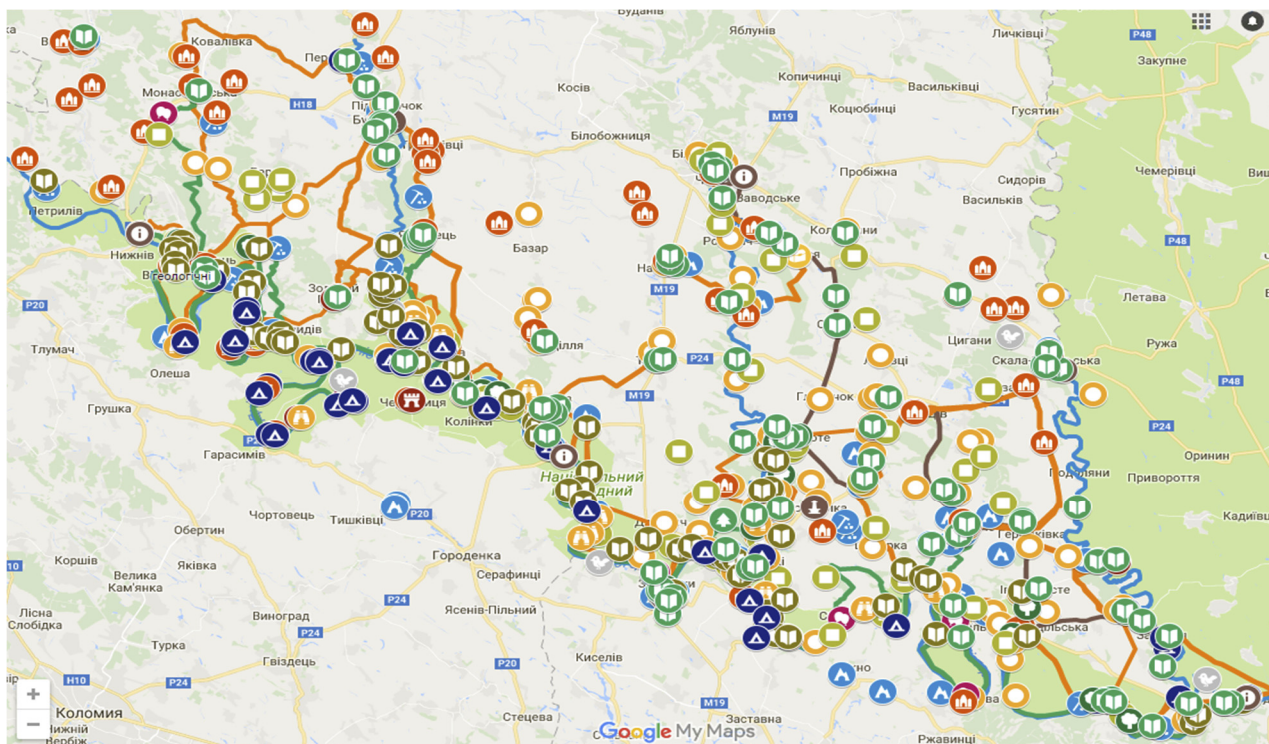


Рис. 4. Маршрут Зеленого шляху «Прадавній Велет» [6]

Також потрібно відмітити, що у 2016 р. в Україні почав діяти маршрут, що об'єднує сільський зелений, агро- та екотуризм. «Вишиваний Шлях» – веломаршрут, який проходить через 310 населених пунктів і понад 500 туристичних визначних пам'яток [1]. Над реалізацією проекту працювали фахівці з пішохідного туризму, екскурсоводи, Асоціація велосипедистів і ентузіасти: блогери й звичайні любителі подорожей. Наявність велосипеда не

обов'язкова для проходження маршруту, його можна подолати і пішки, а на деяких відрізках навіть на коні. Організатори проекту «Вишиваний Шлях» зібрали і впорядкували інфраструктурну базу туристичних і природних об'єктів, що знаходяться на маршруті: заповідників, парків, печер, водоспадів, соборів, фортець, пам'ятників, музеїв та інших визначних пам'яток. Крім цього, на Шляху відзначені всі можливі місця для відпочинку та харчування.

Харківщина має багатий туристично-екскурсійний потенціал. В області налічується велика кількість екскурсійних об'єктів, присвячених визначеним історичним або

культурним подіям, художникам, науковцям, письменникам, пам'ятки садово-паркового мистецтва та природні парки (рис. 5).



Рис. 5. Рекреаційне районування Харківської області [3]

Серед привабливих об'єктів зеленого туризму на Харківщині варто відмітити три національні природні парки (НПП): «Гомільшанські ліси», «Дворічанський» і «Слобожанський». На території НПП «Слобожанський» створено декілька екологічних стежок – «До торф'яних боліт» (ділянка соснового лісу поблизу смт. Краснокутськ) та «Мурафська дача» (унікальна ботанічна пам'ятка поблизу с. Володимирівка).

Мальовничу природу Харківської області також прикрашають парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва: «Наталіївський», «Старомерчинський», «Шарівський», «Литвинівка»; регіональні ландшафтні парки: «Великобурлуцький степ», «Вільхова балка», «Ізюмська лука», «Печенізьке поле», «Сіверськодонецький»; дендрологічні парки: загальнодержавного значення – «Краснокутський» і місцевого значення – «Дружба» у м. Лозова. На території області є 44 пам'ятки природи, в тому числі 38 ботанічних, 4 гідрологічні і 2 комплексні. Також є 9

заповідних урочищ. ПЗФ має велике значення для пізнання, формування екологічного світогляду людей, бережливого ставлення до природи [11].

Саме дані території надають можливість поєднатися з природою та відчути її екологічну чистоту. Наявність цікавих рельєфів та багатий фауністичний та флористичний світ зумовлюють розповсюдження унікального рослинного покриву та утворенню заплав. Реалізація туристичного потенціалу Харківської області включає створення Зеленого маршруту. Це туристичний маршрут, призначений для проходження пішки чи використання безмоторних засобів переміщення (велосипед) для відвідування унікальних природних об'єктів природоохоронної території, сільської та місцевої місцевості, рекреаційно-ландшафтних зон з елементами історико-культурних ресурсів та збереження їх.

В залежності від відстані, тривалості, способу переміщення Зеленої маршрути можна розділити на такі типи (табл. 1).

Типи Зелених маршрутів

Типи Зелених маршрутів	Характеристика типів Зелених маршрутів
За великою відстанню (декілька сотень кілометрів) Long-distance Greenways	Даний тип поєднує регіони включаючи використання їх природного та культурного потенціалу та направлений на розвиток пізнавального, освітнього, екологічного туризму, у поєднанні з екологічними формами транспорту велотуризму, водними, пішохідними. Тривалість маршруту складає від 3 до 10 і більше днів.
Локальні (декілька десятків кілометрів) Local Greenways	Маршрути, які поєднують та пролягають по сільським та міським територіям в межах одного або кілька суміжних районів. Створюються для розвитку пізнавального туризму, щоденного і щотижневого відпочинку в формі пішохідного, велосипедного, водного, кінного, лижного туризму. Тривалість маршруту не більше 2 днів.
Міські зелені (Urban Greenways)	Багатофункціональна доріжка (для пішоходів, велосипедистів, ролерів, людей на інвалідних візках, тощо), що проходить уздовж річки, струмка, занедбаної залізничної гілки або природного коридору в межах міста (парк, зелена територія, тощо). Основною метою міського зеленого маршруту є безпечний рух, відпочинок, і ознайомлення з визначними пам'ятками.

Складено авторами за джерелом: [6]

Основні елементи Зелених маршрутів включають:

- маршрут повинен мати тематичну спрямованість, назву, що містить слова «зелений маршрут», логотип, девіз;

- зелений маршрут з'єднує природні й культурні пам'ятки, цікаві місця з краєзнавчої, природної, культурної та історичної точок зору (як мінімум кожні 15 км);

- стежки повинні спеціально бути визначені та безпечні для безмоторних видів транспорту, які з'єднують цінні об'єкти природного і культурно-історичної спадщини, агросадиби, місця відпочинку, для відвідування на зеленому маршруті;

- обладнані місця для відпочинку, агросадиби та інші об'єкти розміщення і харчування, пункти надання медичної допомоги, інформаційні центри, туристичні знаки та стенди з картосхемами і логотипом маршруту;

- туристичний продукт повинен відповідати вимогам екологічного туризму (розміщення, харчування, транспортне та екскурсійне обслуговування, прокат спорядження, продаж сувенірної продукції);

- насиченість локальними ініціативами, здійснюваними місцевими громадами, є однією з головних особливостей зелених маршрутів [4].

Технологія розробки екологічного туру включає такі етапи: описання маршруту (складення паспорту маршруту, карто-схеми, логотипу, графіку проведення); розрахунок

вартості маршруту (проживання, харчування, трансфер, послуги гίδα-провідника, оренда туристичного спорядження (велосипеди, спальні мішки, палатки, байдарки, екскурсії в музеях) та розробка рекламної кампанії.

Основною цільовою аудиторією даного екологічного маршруту є компанії, інші об'єднані за інтересами групи людей, охочі провести вихідні дні за містом та зайнятися активним видом туризму.

Оскільки маршрут, обраний нами, є маршрутом великої відстані, він має відповідати наступним критеріям:

1. Критерії по інфраструктурі:

- Зелений маршрут з'єднує природні та культурні пам'ятки, цікаві місця з краєзнавчої, природної, культурної, історичної та соціальної точок зору – як мінімум кожні 15 км;

- на маршруті є місця для відпочинку – як мінімум кожні 20 км;

- на маршруті знаходяться туристичні об'єкти з доступною готельною та гастрономічною базами – як мінімум кожні 30 км;

- інформація про маршрут (у вигляді буклетів, брошур, путівників, карт тощо) поширюється в пунктах туристичної інформації на маршруті і в сусідніх регіонах;

- маршрут проходить по безпечним дорогам, окремим від доріг для автотранспорту або по спокійним дорогам з низькою інтенсивністю руху;

- як мінімум 90% маршруту проходить по дорогах з ущільненим покриттям, що дозволяє пересування на велосипеді в будь-який час року.

2. Функціональні критерії:

- у кожному населеному пункті й біля туристичної пам'ятки, де проходить Зелений

маршрут, знаходиться як мінімум один інформаційний щит, який вказує маршрут і населений пункт;

- на маршруті знаходиться як мінімум 1 пункт продажу виробів народних промислів (магазин, майстерня, галерея, тощо);
- на маршруті знаходиться як мінімум 1 пункт дегустації блюв місцевої / регіональної кухні (їжа або напої);
- на маршруті є можливість відвідати як мінімум одну місцеву ініціативу, спрямовану на охорону та інтерпретацію природної і культурної спадщини;
- маршрут проходить через центр населеного пункту, або туди можна легко

дістатися від основної траси маршруту за допомогою позначень у вигляді відгалуження або петлі [6].

Для Зеленого маршруту з велоспорядженням було обрано напрям Старий Салтів – Краснокутськ. Через початкову точку маршруту смт. Старий Салтів проходить автомобільна дорога державного значення Т-21-04 Харків-Вовчанськ-КПП «Чугунівка». Вона проходить територією Харківського, Вовчанського і Великобурлацького районів Харківської області. Чугунівка – це останній пункт пропуску через державний кордон України на кордоні з Росією, що надає змогу безперешкодно дістатися до місця призначення та залучити іноземних туристів (рис. 6).

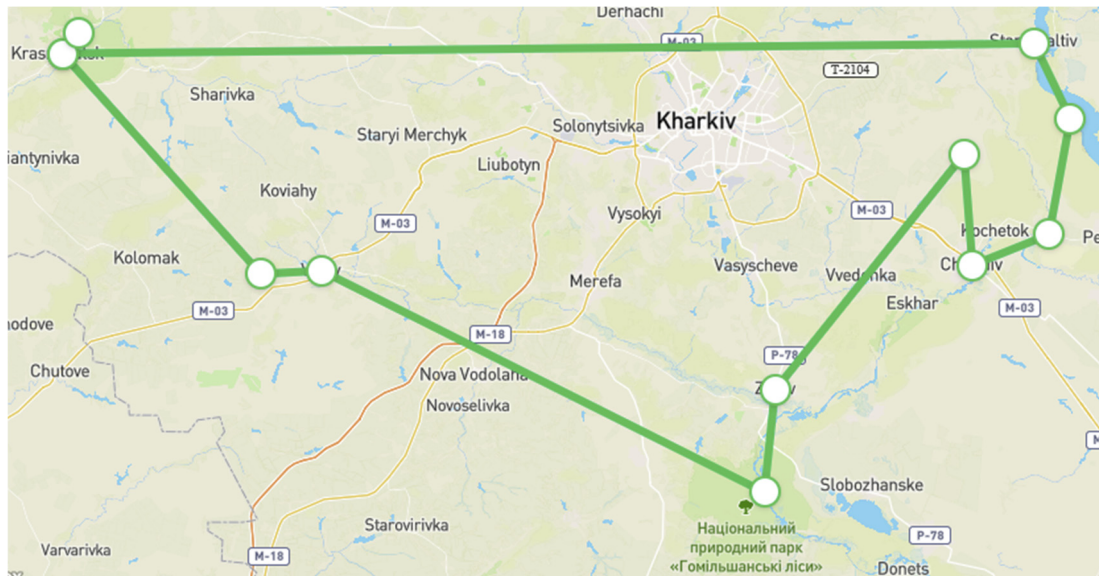


Рис. 6. Зелений маршрут з велоспорядженням «Старий Салтів – Краснокутськ». Складено авторами

Загальна відстань маршруту складає 350,1 км. Тривалість маршруту 5 днів. Кінцева точка маршруту – смт. Краснокутськ, який також має зручну транспортну систему та доступність. Розміщення туристів відбувається в агросадибах, де є обладнання для приготування їжі, медпункт, душеві та інші необхідні речі. Поряд із розміщенням можливе проведення культурно-розважальних заходів та майстер-класів.

Екологічний маршрут «Зеленими стежками Харківщини» знайомить із багатством і різноманітністю природної та культурно-історичної спадщини Харківської області, її традиціями, культурою, промислами, цікавими людьми, які зберігають самобутність цих місць, привітними господарями агросадиб, де можна цікаво відпочити, скуштувати страви національної кухні й зануритися в традиції народного побуту (табл. 2).

Таблиця 2

**Приклад графіку проведення екологічного маршруту «Зеленими стежками Харківщини» (з урахуванням відвідування об'єктів)**

День	Дата	Маршрут	Відстань, км
1	10.06	Старий Салтів – Печенізьке водосховище – Кіцівська пустеля – Чугуїв – Зарожне	82,5
2	11.06	Зарожне – Зміїв – Коропове	122
3	12.06	Коропове – Валки – Кантакузівка	87,4
4	13.06	Кантакузівка – Краснокутськ – Чернещина	53,8
5	14.06	Чернещина – Краснокутськ	4,4

Складено авторами

Логотип маршруту на рисунку 7 символізує всю невичерпну природну спадщину та екотуристичну складову маршруту.

Одним з найбільш важливих і складних практичних питань створення Зеленого маршруту є пошук джерел фінансування з метою створення і подальшого розвитку інфраструктури, підтримки локальних ініціатив, забезпечення фінансової стійкості проекту. Для цього потрібно мобілізувати як внутрішні, так і зовнішні інвестиційні ресурси. Існує ряд міжнародних програм, що забезпечують фінансову підтримку проектів, а також інші способи залучення фінансових коштів і допомоги, використання яких може

забезпечити підтримку зеленому маршруту. Крім фінансових ресурсів, підтримка Зеленому маршруту може бути надана і в інших формах, наприклад у вигляді технічної допомоги (надання обладнання, будівельних матеріалів, витратних матеріалів, які необхідні для проведення ремонтних робіт, установки щитів, розвитку інфраструктури та ін.). Отже, розраховуємо на бюджетні кошти, особисті кошти зацікавлених представників місцевої громади (власників агросадіб, кафе та ін.), а також донорську допомогу (Програма малих грантів Всесвітнього Банку, Програма малих грантів Глобального екологічного фонду тощо).



Рис. 7. Логотип маршруту «Зеленими стежками Харківщини». Складено авторами

Оскільки даний тип туристичного продукту, який було представлено, не є масовим, він може проводитись групою 7-15 осіб для збереження самобутності охорono-природних територій та природного середовища. Щодо сезонності – можливий тільки в теплу пору року. Цільовою аудиторією, на яку зорієнтоване створення туристичного продукту, є активна молодь та люди середнього віку, тому варто використати Інтернет-технології та розміщення на веб-сайті для швидкого інформування та контактної інформації. Також варто долучити місцеві та сільські органи влади та ініціативи для підтримки та поширення туристичного продукту.

Рекламну кампанію варто використовувати тільки на початку запуску туристичного продукту (табл. 3). Надалі потрібно сформувавши позитивні враження про туристичний продукт та заохочення туристів за допомогою знижки на наступну поїздку. Підсумовуючи дані таблиці, найуспішнішими методами реклами для даного продукту є участь в Ukrainian Hospitality Days на туристичній виставці UITT «Україна – подорожі та туризм»; розміщення Зеленого маршруту на сайті GreenWays Ukraine та створення бізнес-сторінки в мережах Instagram та Facebook.

Організація Зеленого маршруту дозволить оптимізувати та підтримати якість

навколишнього середовища і створити нові можливості для рекреації; забезпечити зв'язки між районними та заміськими зеленими просторами; створити можливості для активної рекреації, забезпечити альтернативні транспортні маршрути. Подальша розробка цього та інших Зелених маршрутів в Україні дасть змогу створити позитивний імідж та підвищити атрактивність території, сформувавши регіональний туристичний продукт, збільшити потоки туристів та забезпечити поповнення бюджету.

На нашу думку, Зелені маршрути є основою для реалізації місцевих ініціатив соціального характеру і проектів, пов'язаних з охороною природи і ландшафтів, збереженням культурної спадщини, екологічним туризмом і транспортом, які не забруднюють навколишнє середовище. Таким чином, рекреаційний потенціал регіону сприятиме задоволенню потреб, як місцевих туристів, так і стимулювати діяльність рекреаційних підприємств по створенню регіонального екологічного туристичного продукту і формування міжнародних екологічних мереж. Впровадження даних заходів дозволить залучити іноземний капітал, буде сприяти формуванню і просуванню туристичного іміджу регіону.

**Методи просування туристичного продукту**

Вид діяльності реклами	Опис виду реклами
Участь в Ukrainian Hospitality Days на туристичній виставці UITT «Україна – подорожі та туризм»	Участь в виставці дасть змогу поширити туристичний продукт, як перспективний напрям для внутрішнього туризму та представлення іміджу регіону, знайти ділових партнерів та можливість залучення інвестицій
Розміщення екологічного маршруту на сайті GreenWays Ukraine	Green Ways проект Асоціації Зелених Маршрутів в Центральній і Східній Європі, який представлений і в Україні, та має вже сформовані зелені маршрути на території України, на сайті однією із придатних для розвитку екологічного туризму є Сумська область. Тому, є доцільним поширити туристичний продукт даним способом.
Створення та реклама бізнес-сторінки в мережах Instagram та Facebook	Популярні соціальні мережі, які дозволяють налаштувати рекламу, можливу аудиторію для показу та стимулювання продажу використовуючи порівняно невеликі кошти. Як результат: залучення максимальної кількості потенційних покупців, поширення бренду в Інтернеті.
Рядкова реклама на туристичних порталах	Реклама розміщена на туристичних порталах з описом маршруту, типу проживання, екскурсій та розважальних закладів відвідування унікальних природних об'єктів природоохоронної території, сільської та місцевої місцевості, рекреаційно-ландшафтних зон з елементами історико-культурних ресурсів та збереження їх. Результат: охоплення зацікавленої аудиторії та поширення власного туристичного продукту.

Складено авторами

**GREEN TRACT ORGANIZING PROSPECTS IN UKRAINE AS AN INTERNAL TOURISM MARKET DEVELOPMENT PRIORITY DIRECTION**

**Hanna Haponenko**, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

**Anastasiia Vasylenko**, std., V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, email: asya27679@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1737-5119>

**Irina Shamara**, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N Karazin Kharkiv National University, 6, Svobody Sq., Kharkov, Ukraine, 61022, email: shamara@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000000224319185>

The development of tourism in the region is part of the socio-economic complex, and directly affects such industries as manufacturing, trade, transport, agriculture and the production of consumer goods, and is also one of the promising areas in the formation of the economy's GDP. In 2020, due to the COVID-19 pandemic, rural green tourism has become a separate significant sector of the tourism market in the developed countries of the world. Most of the Ukrainian regions, relying on the unique nature, rich cultural and material heritage as well as traditions of the rural population, are also successfully implementing projects in the field of rural green tourism. However, in general, its share in the total volume of tourist services in Ukraine remains relatively low. Therefore, the possibility of developing rural green tourism, including the organization of greenways, is still extremely relevant. The purpose of the study is to develop theoretical provisions and practical recommendations regarding the prospects of organizing Greenways in Ukraine as a priority area for the development of the domestic tourism market, in particular the Kharkiv region. To achieve the goal, the following tasks were set and solved: the features of the formation and development of rural green tourism in Ukraine and the Kharkiv region were revealed; a greenway to support and popularize rural green tourism in the Kharkiv region was developed. Research methodology. To accomplish the assigned research tasks, general scientific and special methods were used: analysis and synthesis - during the study of the role and place of tourism in the development of regions; logical, dialectical, method of generalization, complex and systemic approaches - to improve the conceptual apparatus of the research; statistical analysis, comparison and generalization - during the study of the features of the organizational and economic mechanism for the development of rural green tourism. As a result of the study, priority directions for the development of tourism were identified, which need to be implemented primarily in Ukraine and in the Kharkiv region in particular. For this, the authors have chosen the direction of the combination of active tourism with a cognitive component. Realization of the tourist potential of the Kharkiv region includes the creation of a greenway with cycling equipment. The ecological route "Greenways of the Kharkiv region" introduces the richness and diversity of the natural, cultural and historical heritage of the Kharkiv region, its traditions, culture, crafts, interesting people who preserve the originality of these places, friendly owners of agro-estates, where you can interestingly relax, try national cuisine and dive into the folk life traditions. Findings. The organization of the greenway will: improve and maintain the

quality of the environment and create new opportunities for recreation; provide connections between district and suburban green spaces; create opportunities for active recreation, provide alternative transport routes. Further development of this and other greenways in Ukraine will create a positive image and increase the attractiveness of the territory, form a regional tourism product, increase tourist flows and ensure budget replenishment.

**Key words:** Greenways, eco-trails, rural green tourism, domestic tourism, European integration, «Greenways of Kharkiv region».

### ПЕРСПЕКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЗЕЛЕННЫХ ПУТЕЙ В УКРАИНЕ КАК ПРИОРИТЕТНОГО НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

**Гапоненко Анна Игоревна**, канд.экон.наук, доцент, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, площадь Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

**Василенко Анастасия Владимировна**, студент, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: asya27679@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1737-5119>

**Шамара Ирина Николаевна**, канд.экон.наук, доцент, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, email: shamara@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000000224319185>

Развитие туристической деятельности в регионе является частью социально-экономического комплекса, и непосредственно влияет на такие секторы, как промышленность, торговля транспорт, сельское хозяйство и производство товаров народного потребления и является одним из перспективных направлений в формировании ВВП экономики. В 2020 г. из-за пандемии COVID-19 сельский зеленый туризм превратился в отдельный существенный сектор туристического рынка в развитых странах мира. Большинство украинских регионов, опираясь на уникальную природу, богатое культурно-материальное наследие и традиции сельского населения также успешно реализует проекты в области сельского зеленого туризма. Однако в целом, его доля в общем объеме туристических услуг в Украине остается сравнительно низкой. Предметом статьи является особенности развития сельского зеленого туризма в нашей стране, в том числе организация Зеленых путей. Цель исследования заключается в разработке теоретических положений и практических рекомендаций относительно перспектив организации Зеленых путей в Украине как приоритетного направления развития рынка внутреннего туризма, в частности Харьковской области. Для достижения цели в работе поставлены и решены следующие задачи: выявлены особенности становления и развития сельского зеленого туризма в Украине и Харьковской области; разработан Зеленый маршрут для поддержки и популяризации сельского зеленого туризма в Харьковской области. Методика исследования. Для выполнения поставленных задач исследования использованы общенаучные и специальные методы: анализа и синтеза при исследовании роли и места туризма в развитии регионов; логический, диалектический, метод обобщения, комплексного и системного подходов – для совершенствования понятийного аппарата исследования; статистического анализа, сравнения и обобщения – при исследовании особенностей организационно-экономического механизма развития сельского зеленого туризма. В результате исследования выявлены приоритетные направления для развития туризма, которые нужно реализовывать в первую очередь в Украине и в частности в Харьковской области. Для этого авторами выбрано направление сочетание активного туризма с познавательной составляющей. Реализация туристического потенциала Харьковской области включает создание Зеленого маршрута с велоснаряжением. Выводы. Организация Зеленого маршрута позволит: улучшить и поддержать качество окружающей среды и создать новые возможности для рекреации; обеспечить связи между районными и загородными зелеными пространствами; создать возможности для активной рекреации, обеспечить альтернативные транспортные маршруты. Дальнейшая разработка этого и других зеленых маршрутов в Украине позволит создать положительный имидж и повысить attractiveness территории, сформировать региональный туристический продукт, увеличить потоки туристов и обеспечить пополнение бюджета.

**Ключевые слова:** Зеленые пути, экотропы, сельский зеленый туризм, внутренний туризм, евроинтеграция, «Зелеными тропами Харьковщины».

### Література

1. В Україні створили туристичний веломаршрут «Вишиваний шлях». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/1975689-v-ukraini-stvorili-turistichnij-velomarsrut-visivanijslah.html> (дата звернення 03.02.2021)
2. Гапоненко Г. І. Використання потенціалу сільських територій Харківської області в контексті розвитку сільського зеленого туризму. *Бізнес Інформ*. 2018. № 4. С. 158-163.
3. «Зеленые пути» для туристических маршрутов. URL: <https://zn.ua/business/zelenye-puti-dlya-turisticheskikh-marshrutov-.html> (дата звернення 03.02.2021)
4. Індустрія туризму й сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. *Перспективи впровадження «Зелених маршрутів» на Волині: матеріали II міжнар. наук.-прак. конф. з нагоди 80-річчя Волинського національного університету ім. Лесі Українки (Луцьк, 28 жовтня) /*



- відпов. ред. Л. В. Ільїн. Луцьк : ПП Іванюк, 2020. 234 с. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/31247> (дата звернення 03.02.2021)
5. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями. Підручник. Вінниця, 2017. 322 с. URL: <http://www.oridu.odessa.ua/7/7/metoduchni-rek/t/04.pdf> (дата звернення 03.02.2021)
6. Офіційний сайт Greenways Ukraine – «Зелені шляхи України». URL: <http://www.greenways.com.ua/history-gw/> (дата звернення 03.02.2021)
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 03.02.2021)
8. Офіційний сайт Зеленого шляху «Долина двох рік». URL: <http://rivervalley.org.ua> (дата звернення 03.02.2021)
9. Офіційна сторінка Зеленого шляху «Медове коло». URL: <https://www.facebook.com/groups/medovekolo/> (дата звернення 03.02.2021)
10. Офіційний сайт Харківської обласної ради. URL: <http://oblrada.kharkov.ua/ua/programa-rozvitku-kulturi-i-turizmu-kharkivskoji-oblasti-na-2014-2018-roki/14496-normativni-dokumenti> (дата звернення 03.02.2021)
11. Туризм на Харківщині. Природно-рекреаційні ресурси та історико-культурний потенціал регіону : бібліогр. путівник : Ч. 2. Харків : ХОУНБ, 2015. 302 с. URL: <http://library.kharkov.ua/libdruk/LibKh-00000000208.pdf> (дата звернення 03.02.2021)
12. Харківщина показала на UITM-2019 топові туристичні маршрути. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2793092-harkivsina-pokazala-na-uitm2019-topovi-turistichni-marsruti.html> (дата звернення 03.02.2021)
13. Kornieiev M., Horb K., Kurzova M. Development of the Ukrainian tourism industry in the context of integration to the EU. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 19. С. 21-26. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/1599749558839.pdf> (дата звернення 03.02.2021)

### References

1. V Ukraini stvorily turystychnyi velomarshrut «Vyshyvanyi shliakh» [In Ukraine created a tourist cycle of the "embroidered path"]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/1975689-v-ukraini-stvorili-turistichnij-velomarsrut-visivaniy-slah.html> (in Ukrainian)
2. Haponenko H. I. (2018) Vykorystannia potentsialu silskykh terytorii Kharkivskoi oblasti v konteksti rozvytku silskoho zelenoho turyzmu [The use of the potential of rural territories of the Kharkiv region in the context of the development of rural green tourism]. *Biznes Inform [Business Inform]*. № 4. pp. 158-163. (in Ukrainian)
3. «Zelenye puti» dlya turisticheskikh marshrutov ["Green Ways" for tourist routes]. Available at: <https://zn.ua/business/zelenye-puti-dlya-turisticheskikh-marshrutov-.html> (in Russian)
4. Industriia turyzmu y sfera hostynnosti v Ukraini ta sviti: suchasnyi stan, problemy ta perspektyvy rozvytku [The tourism industry and hospitality industry in Ukraine and the world: current state, problems and development prospects]. *Perspektyvy vprovadzhennia «Zelenykh marshrutiv» na Volyni: materialy II mizhnar. nauk.-prak. konf. z nahody 80-richchia Volynskoho natsionalnogo universytetu im. Lesi Ukrainky (Lutsk, 28 zhovtnia)* [Prospects for the introduction of "green routes" in Volhynia: Materials II International. Sciences. Prop. a conf. On the occasion of the 80th anniversary of the Volyn National University. Lesia Ukrainka (Lutsk, October 28)] / vidpov. red. L. V. Ilin. Lutsk : PP Ivaniuk, 2020. 234 p. Available at: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/31247> (in Ukrainian)
5. Korzh N.V., Basiuk D.I. (2017) Upravlinnia turystychnymy destynatsiiamy [Management of tourist destinations]. *Pidruchnyk. Vinnytsia*. 322 p. Available at: <http://www.oridu.odessa.ua/7/7/metoduchni-rek/t/04.pdf> (in Ukrainian)
6. Official Greenways Ukraine Website – "Green Ways of Ukraine". Available at: <http://www.greenways.com.ua/history-gw/> (in Ukrainian)
7. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (in Ukrainian)
8. The official site of the green path "Valley of the two year". Available at: <http://rivervalley.org.ua> (in Ukrainian)
9. Official page of the green path "Honey Circle". Available at: <https://www.facebook.com/groups/medovekolo/> (in Ukrainian)
10. Official site of the Kharkiv Regional Council. Available at: <http://oblrada.kharkov.ua/ua/programa-rozvitku-kulturi-i-turizmu-kharkivskoji-oblasti-na-2014-2018-roki/14496-normativni-dokumenti> (in Ukrainian)
11. Turyzm na Kharkivshchyni. Pryrodno-rekreatsiini resursy ta istoryko-kulturnyi potentsial rehionu : bibliohr. putivnyk : Ch. 2. [Tourism in the Kharkiv region. Naturally recreational resources and historical and cultural potential of the region: bibliographer. guide: Part 2]. Kharkiv : KhOUNB, 2015. 302 p. Available at: <http://library.kharkov.ua/libdruk/LibKh-00000000208.pdf> (in Ukrainian)
12. Kharkivshchyna pokazala na UITM-2019 toпові туристичні маршрути [Kharkivshchyna showed on UITM-2019 Top tourist routes]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2793092-harkivsina-pokazala-na-uitm2019-topovi-turistichni-marsruti.html> (in Ukrainian)
13. Kornieiev M., Horb K., Kurzova M. (2019) Development of the Ukrainian tourism industry in the context of integration to the EU. *Eastern Europe: Economics, Business and Management*. № 19. pp. 21-26. Available at: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/1599749558839.pdf> (in Ukrainian)

## ХОРВАТСЬКИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ\*

**Панасенко Ганна Сергіївна**

канд. політ. наук, доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: panasenko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2945-583X>

**Борщ Надія Андріївна**

студентка

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: borsnadezda8@gmail.com

На сьогоднішній день міжнародний туризм є однією з провідних сфер міжнародної економічної діяльності. Беззаперечний вплив туризму позначається на світовій економіці та безпосередньо на господарстві окремих країн світу. Завдяки активній діяльності уряду щодо зростання інвестиційної привабливості країни Хорватія з кожним роком стає все більш цікавою для туристів як у Європі, так і у всьому світі. Актуальність дослідження полягає у необхідності пошуку нових ринків туристичних послуг у Європі, до яких можна віднести дану республіку. Через це предметом дослідження в статті є основні показники конкурентоспроможності Республіки Хорватії на європейському туристичному ринку. Метою роботи є аналіз ролі держави Хорватії на міжнародній арені у туристичній сфері. Виходячи з мети, постають такі завдання: проаналізувати роль Хорватії у світі туристичних послуг, виокремити її конкурентні переваги та недоліки, розглянути механізми покращення положення Хорватії у рейтингу конкурентоспроможності, виявити позитивні та негативні сторони у туристичній сфері даної держави порівняно з іншими туристичними центрами світу. Під час написання статті були використані такі загальнонаукові методи досліджень, як: індукції, аналізу, таблиці, описові, історичні, математичні, обробка статистичних даних, метод експертних думок, прогностичний. Отримано такі результати: у роботі проаналізовано місце Хорватії на ринку туристичних послуг. Зокрема, проводиться дослідження сучасного стану світового ринку туристичних послуг, його особливостей, місця Хорватії у сфері туризму. Окрім цього, звернено увагу на період пандемії, його вплив на стан туристичного бізнесу як у Республіці, так і у всьому світі, та шляхи вдосконалення рівня конкурентоспроможності Хорватії. Висновки: аналіз місця Хорватської Республіки на світовому ринку туристичних послуг доцільно використовувати для покращення якості обслуговування в даній сфері, просуванні туристичного бізнесу країни на європейський ринок.

**Ключові слова:** глобалізація, регіоналізація, сфера послуг, ринок туристичних послуг, туризм, Хорватія, туристичні показники, конкурентоспроможність, Всесвітній економічний форум.

**Постановка проблеми.** Наслідки останньої світової кризи торкнулися усіх країн без винятку. Оскільки туристична індустрія охоплює близько третини світової торгівлі послугами, то для таких країн, як наприклад Хорватія, де саме туризм складає значну частку ВВП – 17%. – туризм є тим сектором економіки, який наповнює бюджет та створює робочі місця. Завдяки активній діяльності уряду щодо зростання інвестиційної привабливості країни Хорватія з кожним роком стає все більш цікавою для туристів як у Європі, так і у всьому світі. Країна є одним з найбільш значущих

туристичних напрямів середземноморського регіону, в якій 70 % ВВП та зайнятості припадає на сферу послуг з провідним сектором – туризмом. Через це постає завдання виявити позитивні та негативні сторони у туристичній сфері даної держави порівняно з іншими туристичними центрами світу.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Доречно зауважити, що описувана країна завжди привертала увагу багатьох дослідників. Адже Хорватія розташована на Західних Балканах, які позаочі називають «пороховою бочкою Європи». Проте сфері туризму, а саме

\* **Cite as:** Panasenko, H., Borshch, N. (2021). Croatian Market of Tourist Services: Ensuring Competitiveness, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism.* 13, 186-195. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-19>

проблематиці конкурентоспроможності Хорватії присвячено дуже мало робіт, тож питання досліджено недостатньо. Серед авторів, які вивчали питання ролі туризму Хорватії у світі, привертають увагу роботи А. Сабо, І. Дахна, А. Городнянської, Б. Шварца, М. Сартакової, П. Летчера, В. Стафійчука, І. Дубович, та ін.

Наукова новизна роботи полягає у визначенні основних шляхів забезпечення конкурентоспроможності Хорватії саме в сучасному «світі пандемії».

Отже, **метою даної роботи** є аналіз хорватського ринку туристичних послуг, прогнозування його конкурентного потенціалу. Мета роботи обумовлює наступні завдання: проаналізувати сучасний стан світового ринку туристичних послуг, визначити особливості європейського ринку туристичних послуг, охарактеризувати соціально-економічний профіль Республіки Хорватія, дослідити потенціал сфери туризму в економіці країни, порівняти основні показники конкурентоспроможності Хорватії із деякими країнами світу, проаналізувати вплив пандемії COVID-19 на розвиток туристичних послуг у Республіці. Новизна роботи полягає в розробці механізмів покращення рівня конкурентоспроможності Республіки Хорватії на світовому туристичному просторі.

**Виклад основного матеріалу.** Серед тенденцій сучасного світового розвитку можна виділити процеси глобалізації, з одного боку, і зростаючу активність регіональної або субрегіональної інтеграції – з іншого.

Експерти притримуються думки, що глобалізація є продовженням процесів інтернаціоналізації. У свою чергу, під інтернаціоналізацією зазвичай розуміється процес, що має на увазі «вихід чогось раніше

суто внутрішнього за початкові рамки; або ж об'єднання дій декількох суб'єктів світової економіки і політики навколо спільних для них завдань, цілей, виду діяльності». Головна її функція – це забезпечити створення стійких міжнародних зв'язків у світі [10].

Під регіоналізацією частіше за все мають на увазі чергову сходинку на шляху до глобалізації. Її можна визнати як одну з ознак світових процесів кінця ХХ століття. Регіоналізація також є продовженням процесу інтернаціоналізації суспільного життя. Глобалізація як наслідок регіоналізації має суттєві відмінності від інтернаціоналізації. Вона безпосередньо стосується національного суверенітету, наявності національних кордонів та складання нової спільноти у світі взагалі. Їх головна схожість – посилення взаємозалежності країн світу.

У міру розвитку світової економіки, розширення обсягів міжнародної торгівлі, вдосконалення засобів транспорту, зв'язку, підвищення інтернаціоналізації і глобалізації світового господарства збільшується кількість і різноманітність контактів, поїздок громадян, викликаних економічною необхідністю. Підвищення добробуту населення різних країн, збільшення кількості вільного часу, а також необхідність повного відновлення людського фактору в економіці сприяє зростанню міжнародних поїздок з метою відпочинку.

На сьогоднішній день міжнародний туризм є однією з провідних сфер міжнародної економічної діяльності. Беззаперечний вплив туризму позначається на світовій економіці та безпосередньо на господарстві окремих країн світу. Головні сектори економіки: торгівля, транспорт, сільське господарство, будівництво та багато інших – відчують на собі ефект розповсюдження та посилення сфери туризму [14].

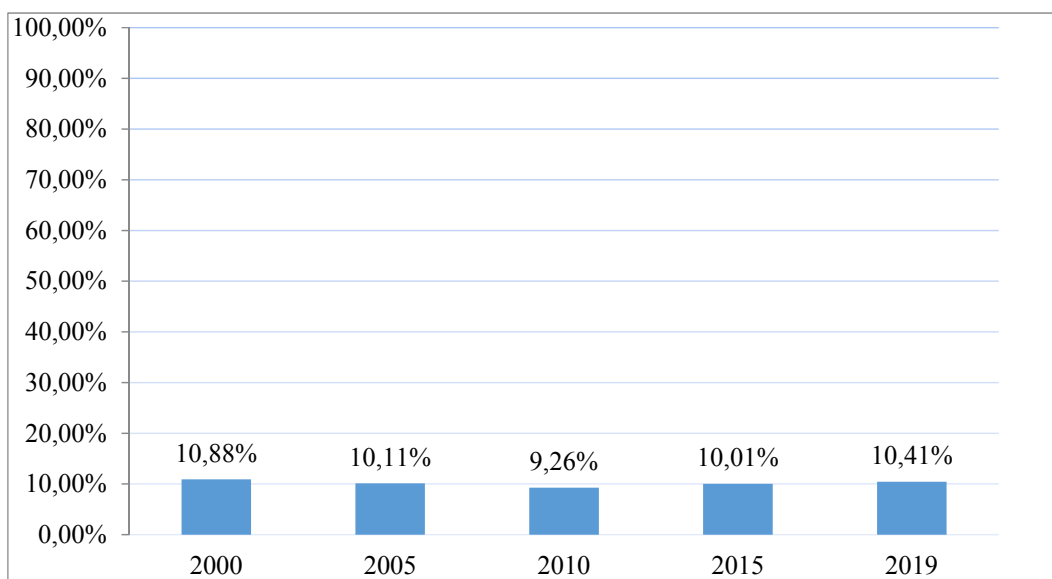


Рис. 1. Доля туристичного сектору в світовому ВВП за роками  
Розроблено авторами за матеріалами: [12]

Сучасна сфера туризму є одним з найбільших секторів світової економіки. За останні три десятиліття число туристів у світі збільшилася майже в 4 рази, а доходи від туризму – більш ніж в 25 разів. Туризм є високоприбутковою галуззю і входить до числа трьох найбільших експортних галузей, якщо порівнювати за ефективністю інвестиційних вкладень з нафтогазовидобувної промисловістю і з автомобілебудуванням, питома вага яких в світовому експорті 11% і 8,6%, відповідно. Це одна з провідних галузей у багатьох країнах, так в 2019 році туристичний сектор становив 10,4% світового ВВП [12].

Економіка багатьох країн світу невід’ємно залежить від розвитку міжнародного туризму, оскільки він є практично єдиним джерелом їхніх валютних надходжень. Причому обсяг цих надходжень дозволяє країні підтримувати високий рівень економічного розвитку та добробуту.

При оцінці головних тенденцій світового ринку туризму, його потенціалу зростання та основних складових стає можливим розуміння і прогнозування подальшого розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, а це завжди є важливим і актуальним для будь-якого сектору економіки.

Для вивчення стану сектора туризму і аналізу туристичної конкурентоспроможності служить доповідь Всесвітнього економічного форуму про конкурентоспроможність туризму й подорожей країн всього світу. Звіт про конкурентоспроможність туризму і подорожей (The Travel & Tourism Competitiveness Report) – це глобальне дослідження і супроводжуючий його рейтинг країн світу за показником туристичної конкурентоспроможності за

версією Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum). Аналітична група Всесвітнього економічного форуму за участю численних експертів в області подорожей і туризму проводить загальний аналіз стану галузі туризму та детальний аналіз конкурентоспроможності сектора туризму і подорожей кожної країни [1, с.1]. У грудні 2020 року Світовий економічний форум випустив спеціальне видання «Доповідь про глобальну конкурентоспроможність, спеціальний випуск 2020: Як країни просуваються на шляху до одужання» (Global Competitiveness Report Special Edition 2020: How Countries are Performing on the Road to Recovery), в якому особливо звернено увагу, що зведений рейтинг країн світу за Індексом глобальної конкурентоспроможності в 2020 році представлений не буде, проте в 2021 році автори планують повернутися до порівняльного аналізу [1].

На жаль, туризм виявився одним з секторів, які найбільше постраждали від пандемії COVID-19. Виникли проблеми для держав із належним фінансуванням даного сектору економіки, для туристів – при отриманні певних послуг найзручнішим чином та на найвищому рівні. Відновлення туристської діяльності відкриває перспективи для проведення перетворень з акцентом на те, щоб регулювати вплив пандемії на відвідувані туристами напрямків і формувати у населення і працюючих у цій сфері компаній більш високий потенціал протидії за допомогою здійснення інновацій, діджиталізації, забезпечення стійкості й налагодження партнерських зв'язків.

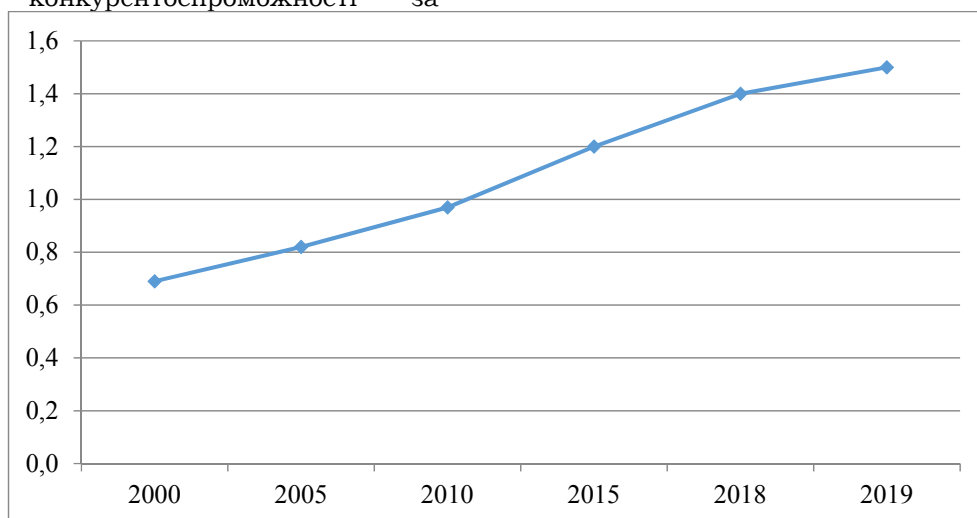


Рис. 2. Кількість прибулих туристів за роками  
Розроблено авторами за матеріалами: [11]

Як можна побачити, у 2019 році число міжнародних туристів досягло 1,5 млрд осіб, що на 4% більше, ніж у 2018 році, – це рекордний показник за десятирічний період, протягом якого

темпи зростання туризму були більш швидкими, ніж світової економіки в цілому. Ще 8,8 млрд осіб забезпечило внутрішній туризм. Цей сектор забезпечив експорт в розмірі 1,5 трлн дол. США, і

в ньому прямо або побічно був зайнятий кожен десятий мешканець планети [11].

Темпи розвитку туризму знизилися в середині березня 2020 року. У перші місяці минулого року число міжнародних туристів скоротилось на 56%, а в травні – на 98%. Це призвело до втрати майже 320 млрд дол. США у вигляді експорту, що більш ніж втричі перевищує втрати за весь період глобальної економічної кризи 2009 року. Перспективні сценарії вказували на можливе скорочення числа туристів і надходжень від міжнародного туризму на 58-78% протягом усього минулого року залежно від темпів поширення пандемії, тривалості дії обмежень на поїздки і процесу поступового відкриття кордонів, який вже почався, але подальший розвиток якого залишається невизначеним. Прогнозували, що такий серйозний удар може привести до скорочення числа міжнародних туристів на 850 млн – 1,1 млрд осіб і втрати від 910 млрд дол. США до 1,2 трлн дол. США, що поставить під загрозу безпосередньо в секторі туризму від 100 до 120 мільйонів робочих місць. Через закриття кордонів, відміну перельотів, обмеження руху протягом усього 2020 року туристично залежні країни, економіка яких більш ніж на 50% складається з надходжень цієї галузі, важко переживають наслідки COVID-19. Згідно з даними Всесвітньої туристської організації ООН (UNWTO), число міжнародних туристичних поїздок з січня по травень 2020 року скоротилося на 300 млн або на 56% в порівнянні з тим же періодом 2019 року. Це призвело до падіння доходів від туризму на 320 млрд дол., що втричі перевищує аналогічний показник під час глобальної економічної кризи 2009 року [10, с. 5]. Показники міжнародного туризму на кінець 2020 року скоротилися більш ніж на 70%, і впали до рівня 1990 року – впливає з даних Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO). Згідно з прогнозами Міжнародного валютного фонду, обсяг світової економіки в 2020 році різко скоротиться – на 4,9%, хоча МВФ також запевняє, що в 2021 році прогноз покращиться [13].

Європейський туризм є одним з найбільш привабливих для любителів подорожей. Головні геополітичні чинники, які вплинули на масштаби, структуру, впорядкування й інтенсивність туристичних рухів в європейському регіоні ХХ століття стали підйом і розширення Європейського Союзу; політична переорієнтація територій Центральної і Східної Європи; розпад Радянського Союзу, зародження на його території незалежних держав. Сьогодні європейський регіон – це лідер за показниками кількості іноземних туристів, а також лідер-постачальник туристів для всього світу. Важливими чинниками, стимулюючими розвиток туризму на території Європейського Союзу, є: високий рівень життя населення

європейських країн; розвинена система соціального туризму; комплексна туристична і транспортна інфраструктура; висока якість і широкий спектр туристичних послуг; вільне переміщення в межах Шенгенської зони, відсутність прикордонного контролю; єдина валюта. Саме визнання туризму пріоритетним сектором економіки, його належне фінансування стимулює розвиток туризму країн ЄС [16].

Хорватія – це «нова туристична зірка ЄС» і є одним з найбільш значущих туристичних напрямів середземноморського регіону. У 2018 році туристичний бюджет становив приблизно 230 млн хорватських кун, що складає 0,2% від загального державного бюджету. Загальний бюджет Хорватської національної ради з туризму з усіх джерел склав 323,6 млн хорватських кун, отриманих за рахунок податків на туризм (47,8%), державного бюджету, членських внесків та інших джерел. Це на 20% більше, ніж в 2017 році [15].

Важливим завданням для Хорватії є забезпечення європейського ринку конкурентоспроможним національним туристичним бізнесом, який може зробити вагомий внесок у формування позитивного балансу зовнішньої торгівлі та зростання ВВП.

На 2019 рік у звіті ВЕФ Хорватія посідала 27 місце із показником 4.5 (за шкалою від 0 до 7), випереджаючи Фінляндію та поступаючись Ірландії. Згідно звіту 2017 року, Хорватія пройшла п'ять позицій вгору (з 32 на 27), а згідно звіту 2015 року – 6 (з 33 на 27). Це доводить постійний прогрес у рівні конкурентоспроможності Республіки [20,21,22].

За даними звіту ВЕФ можна дійти висновку, що найсильнішими сторонами Хорватії можна назвати інфраструктуру туристичних послуг (6,5; 5 місце у світі), охорону здоров'я і гігієну (6,3, 22 місце) та безпеку і захист (5,9, 34 місце у світі). Проте слабкими сторонами туристичного розвитку країни можна вважати стан бізнес середовища (123 місце у світі), інфраструктуру повітряного транспорту (44 місце) та інфраструктуру наземного та водного транспорту (47 місце) [22].

Хорватія входить до 15 найбільш конкурентоспроможних країн Європи поряд з такими великими країнами, як Велика Британія, Швеція, Норвегія, Німеччина, Франція та Іспанія.

Доречно зауважити, що Хорватія є лідером за рівнем конкурентоспроможності серед країн-сусідів, інших країн Балкан. У табл. 3.1. наведено порівняльну характеристику Хорватської Республіки та Словенії, однієї з країн-членів ЄС.

До конкурентних переваг Словенії відноситься більш розвинена інфраструктура наземного та водного транспорту, легкість ведення бізнесу, порівняно з Хорватією, безпечніше середовище

навколо та професіоналізм людських ресурсів. Негативного впливу зазнають інфраструктура повітряного транспорту, культурні ресурси, міжнародна відкритість, охорона здоров'я. Загалом для обох держав вирішальним став вступ країн до ЄС. Це надало змогу, по-перше, вирішити важкі проблеми всередині країн, а по-

друге отримувати значні інвестиції в економіку. Через свою туристичну привабливість для європейського регіону велика частка інвестицій була направлена у туристичний сектор, що надало змогу мати високий рейтинг конкурентоспроможності туристичного бізнесу серед країн світу.



Рис. 3. Основні показники конкурентоспроможності Хорватії (2019 рік)  
Розроблено авторами за матеріалами: [22]

Таблиця 1

**Порівняння показників конкурентоспроможності Хорватії та Словенії у рейтингу (2019 рік)**

№	Показник	Місце країни у рейтингу	
		Хорватія	Словенія
1	Стан бізнес середовища	123	87
2	Безпека і захист	35	15
3	Охорона здоров'я і гігієна	22	35
4	Людські ресурси	103	40
5	Рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій	54	42
6	Пріоритетні напрямки	57	33
7	Міжнародна відкритість	27	57
8	Цінова конкурентоспроможність	97	91
9	Стійкість навколишнього середовища	14	8
10	Інфраструктура повітряного транспорту	44	79
11	Інфраструктура наземного та водного транспорту	47	20
12	Інфраструктура туристичних послуг	5	27
13	Природні ресурси	20	26
14	Культурні ресурси та ділові подорожі	32	68
	<b>Загальний індекс конкурентоспроможності</b>	<b>27</b>	<b>36</b>

Складено авторами за джерелом: [22]

Так після вступу до ЄС у 2013 році Хорватія у звіті ВЕФ за 2015 рік займала 33 позицію, вже за 2 роки – 32, наразі маємо 27 місце. Можна впевнено констатувати, що туристичний сектор

розвивається та Хорватія є привабливою країною для туристів на Європейському континенті. Головними конкурентами на регіональному рівні для Хорватії залишаються Греція, Іспанія і

Португалія. Також основними конкурентами за критеріями аналогічних цін, туристичних напрямків та туристичних продуктів можна назвати Іспанію, Італію, Грецію, Туреччину і Мальту. Окрім цих держав, неабияке місце займає Болгарія як великий ринок, який конкурує з витратами проти Хорватії на аналогічні туристичні напрямки, і за останні кілька років відзначає інтенсивний розвиток туризму [22].

Хорватський туризм відзначається «апартманізацією», тобто надання переваги туристами приватному житлу, на відміні від головних конкурентів. Згідно рис. 4 Хорватія посідає 5 місце серед країн з колективними закладами розміщення. Доля Хорватії була б вищою, якщо б враховували приватне житло, яке складає більш ніж 55% закладів проживання.

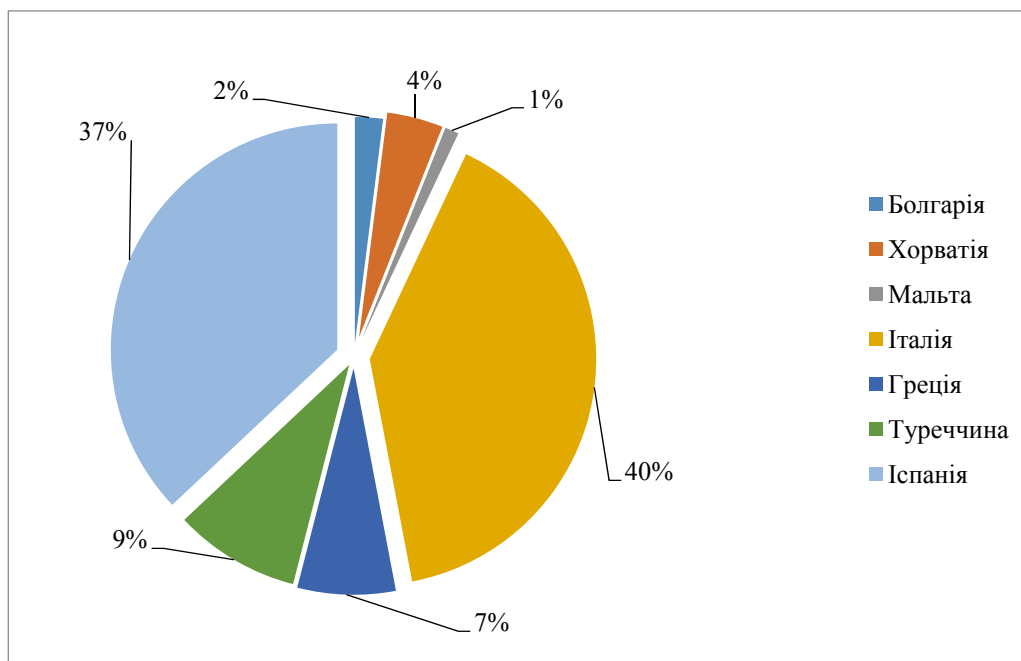


Рис. 4. Тривалість перебування в колективних помешканнях  
Розроблено авторами за матеріалами: [17, с. 161]

Хорватія виділяється як одна з найвизначніших країн у європейському регіоні. Згідно з прогнозами коливання середньорічних темпів зростання міжнародних туристичних поїздок на Середземне море, найбільший приріст буде у Хорватії (8,4%), за нею йдуть Чорногорія (8,3%) і Туреччина (5,5%). Франція, Іспанія, Італія і Греція залишаться найважливішими напрямки Середземномор'я до минулого року, але в цих країнах буде зростання нижче середнього – від 2,1% до 2,6% в рік, що в кінцевому підсумку призвело до зниження їх ринкових часток [17, с. 164-165].

Хорватія визнана Європейським Союзом найважливішим туристичним центром з найбільшим потенціал для подальшого зростання. Отже, задача управління повинна бути повністю використовувати цей потенціал для власної вигоди, використовуючи цінності ЄС в галузі сталого розвитку та конкурентних стратегій. Хорватія в даний час показує недолік обізнаності про необхідність стратегічного туристичного управління дестинаціями через недостатні знання в області розвитку туризму, соціально безвідповідальна і короткострокове управління розвитком, відсутність підприємницького ентузіазму у місцевого населення і недостатню співпрацю і

взаєморозуміння між різними учасниками розробки процесу, особливо між державними службовцями, туристами компанії і приватними підприємцями.

На основі проведеного дослідження, можна стверджувати, що, по-перше, у майбутньому Хорватія повинна застосовувати довгострокові стратегії сталого розвитку туризму для впевненості, що туристична діяльність принесе найбільш можливі вигоди для всіх учасників туристичного бізнесу. Такі стратегії повинні включати той факт, що Хорватія має значну перевагу над багатьма її конкурентами та має велику кількість ще неушкоджених природних та культурних цінностей, які пропонують широкий потенціал для майбутнього сталого розвитку.

Конкурентна перевага в динаміці туристичного ринку повинна бути досягнута оригінальністю, яку туристи шукають і розпізнають, тим самим виробляючи більший прибуток для туристичних компаній. Вплив численних різних та взаємозалежних факторів від політичних, економічних, правових, екологічних, сфери захисту та технологій є також беззаперечним. Подальший розвиток конкурентних переваг туристичного ринку Хорватії особливо залежить від наступного:

відкриття нових ринків, розробка туристичного продукту та його оригінальності, охорона навколишнього середовища, розробка нових комунікацій та вдосконалення інфраструктури як повітряної, так і наземної та водної, розробка нових та інноваційних режимів управління.

Нові макроекономічні умови Хорватії як туристичної держави, дедалі динамічніші зміни вимог споживачів на світовому туристичному ринку, і зростання економічної та політичної нестабільності як у глобальному, так і європейському масштабах – це всі фактори, які доводять необхідність стратегічного планування майбутнього розвитку туризму в Хорватії та чітке встановлення напрямків розвитку та операційних стратегій.

Стратегія розвитку туризму Республіки Хорватія, яка охоплювала період до 2020 року для встановлення ключових видів туристичної політики, спрямованих на страхування виробництва, інституційних, організаційних та людських ресурсів, а також на умови, необхідні для поліпшення конкурентних можливостей хорватських туристичних напрямків. Стратегія розвитку туризму 2020 базується на аналізі поточних ключових показників розвитку та враховує розвиток обмеження та можливості, що випливають із відповідних глобальних тенденцій розвитку [17, с. 166].

Цей стратегічний документ створив необхідні передумови для довгострокової діяльності, стійкий та конкурентоспроможний туристичний розвиток в Хорватії. Крім того, для досягнення рівного рівня конкуренції в нових умовах необхідно підвищення конкурентоспроможності хорватського туризму, що перш за все має бути здійснено шляхом створення ефективного управління призначенням. Це буде заохочувати розвиток малого та середнього бізнесу, впроваджувати нові технології, збільшувати державні стандарти та інфраструктурну модернізацію, управління охороною навколишнього середовища щодо довгострокового сталого туристичного розвитку та інвестувати в освіту майбутніх міжнародних конкурентних програм управління та освітніх програм.

Очікується, що криза COVID-19 призведе до різкого зменшення обсягу прямих іноземних інвестицій і в 2021 році (ще на 5-10%). Згідно з останніми даними Доповіді за світовими інвестиціям, що стосуються ПІІ в нові підприємства, проекти в сфері подорожей, туризму та готельного бізнесу, безпосередньо порушені режимом ізоляції, відносяться до числа найбільш серйозно постраждалих, і це особливо стосується готельних підприємств і сектора громадського харчування (94%) [5, с. 9].

Ряд середземноморських держав, найважливішою галуззю економіки яких є туризм, серйозно постраждали від пандемії Covid-19. Дві з них – Греція і Хорватія,

розробляючи стратегії відновлення свого туристичного сектора, розглядають морський туризм як ключову позицію в реалізації цих планів.

Міністерством туризму та спорту Хорватії недавно проведено перше засідання, присвячене відновленню і розвитку туристичної галузі країни. Довга берегова лінія Хорватії, її великий парк човнів і чартерних яхт, а також безліч гарних марин є важливою частиною нової стратегії. Як йдеться в доповіді «Total Croatia News», HRTurizam (найпопулярніший новинний сайт) хорватами оголошено про створення ради, до складу якої входять ключові представники секторів туризму і подорожей, в тому числі марин, асоціацій великих і малих готелів, таборів, агентств, підприємств громадського харчування і профспілок [12].

На першому засіданні Ради учасники погодилися з тим, що здоров'я є на даний момент незаперечним пріоритетом, і дотримання заходів, пов'язаних з Covid-19, буде сприяти більш швидкому поверненню до нормальної туристичної діяльності. Обговорювалися також заходи щодо скорочення термінів підготовки до туристичного сезону 2021 року.

Іншим основним аспектом дискусії були компенсаційні заходи хорватського уряду і його підтримка в питанні збереження робочих місць. У зв'язку з цим було висловлено сподівання на те, що вони будуть продовжені.

Серед туристичних організацій, які взяли участь в засіданні, були Асоціація HGK «Марінас», Асоціація з розміщення туристів на човнах.

Отже, через пандемію Covid-19 хорватський туризм зазнав значних змін. Проте наразі уряд розробляє альтернативні шляхи розвитку туристичного бізнесу, зокрема віртуального туризму, для подолання важких наслідків карантину.

**Висновки:** За результатами даного дослідження можна зробити такі висновки. Сфера туризму є одним з найбільших секторів світової економіки. Через пандемію Covid-19 туристичний сектор зазнав значних змін. Європа залишається найбільш конкурентоспроможними у світі регіоном, коли справа стосується туризму.

Визначено, що Хорватія – країна Європейського Союзу, що в останній час набирає світової популярності як успішна країна в туристичній сфері. Аналіз та рейтинг Хорватії порівняно з її основними конкурентами показують, що головні переваги хорватського туристичного напрямку – це відчуття безпеки і гостинність місцевих жителів, краса природи, екологічне збереження та відсутність забруднення навколишнього середовища, а також міський дизайн та архітектурні шедеври.



Незважаючи на сильну конкуренцію в середземноморському регіоні, Хорватія має всі шанси найближчим десятиліттям стати однією з країн найкращих та найуспішніших туристичних напрямків Європейського Союзу.

Проаналізовано, що період пандемії Covid-19 докорінно змінив ситуацію в туристичній сфері світу. Проте Хорватія вчасно відреагувала на поширення вірусу та досить стійко перенесла карантинні обмеження. Вже з середини літа минулого року туристична сфера почала обслуговувати туристів. Зміна зазнала майже всіх напрямів сфери: напрямку потоку туристів, основні туристичні міста, ціни на послуги, інфраструктуру та інше. Наразі Міністерством туризму та спорту Хорватії розробляються шляхи вирішення проблем, завданих пандемією 2020 року. Подальші дослідження мають

вивчати механізми відновлення туристичного сектору республіки в контексті європейського туристичного ринку.

Отже, за результатами дослідження розроблено певні механізми покращення показників у рейтингу конкурентоспроможності Республіки Хорватії. До них можна віднести: розробку туристичного продукту та його оригінальності; застосування довгострокових стратегій розвитку туристичного бізнесу в країні; покращення стану інфраструктури всіх видів у державі; розробку нових комунікацій; необхідність запровадження нових видів туризму (екотуризм, інтернет-туризм, шопінг-туризм, медичний туризм та ін.) в країні; охорону навколишнього середовища, розвиток екотуризму.

### **CROATIAN MARKET OF TOURIST SERVICES: ENSURING COMPETITIVENESS**

**Hanna Panasenko**, Ph.D (Political Science), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: [panasenko@karazin.ua](mailto:panasenko@karazin.ua), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2945-583X>

**Nadiia Borshch**, student, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: [borsnadezda8@gmail.com](mailto:borsnadezda8@gmail.com)

Nowadays international tourism is one of the leading areas of international economic activity. The undeniable impact of tourism affects the world economy and directly on the economy of some countries. Due to the active work of the government to increase the investment attractiveness of the country, Croatia is becoming more and more interesting for tourists both in Europe and around the world. The relevance of the study lies in the need to find new markets for tourism services in Europe, which include this Republic. Therefore, the subject of the article is the main indicators of the competitiveness of the Republic of Croatia in the European tourism market. The aim of the work is to analyze the role of Croatia in the international arena in the field of tourism. Based on the goal, the following tasks arise: to analyze Croatia's role in the world of tourist services, to highlight its competitive advantages and disadvantages, to consider mechanisms to improve Croatia's position in the competitiveness ranking, to identify positive and negative aspects of tourism in this country compared to other tourist centers. During the writing of the article, there are used general scientific research methods such as induction, analysis, tabular, descriptive, historical, mathematical, statistical data processing, method of expert opinions, prognostic. The following results that are obtained are analysis the place of Croatia in the market of tourist services. In particular, a study of the current state of the world market of tourist services, its features, the place of Croatia in the field of tourism. In addition, attention is paid to the pandemic period, its impact on the state of the tourism business both in the Republic and around the world, and ways to improve the competitiveness of Croatia. Conclusions are the analysis of the place of the Republic of Croatia in the world market of tourist services should be used to improve the quality of service in this area, the promotion of the country's tourism business in the European market.

**Keywords:** globalization, regionalization, services, tourism services market, tourism, Croatia, tourism indicators, competitiveness, World Economic Forum.

### **ХОРВАТСКИЙ РЫНОК ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ: ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

**Панасенко Анна Сергеевна**, канд. полит. наук, доцент, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: [panasenko@karazin.ua](mailto:panasenko@karazin.ua), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2945-583X>

**Борщ Надежда Андреевна**, студентка, Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: [borsnadezda8@gmail.com](mailto:borsnadezda8@gmail.com).

На сегодняшний день международный туризм является одной из ведущих сфер международной экономической деятельности. Неоспоримое влияние туризма сказывается на мировой экономике и непосредственно в хозяйстве отдельных стран мира. Благодаря активной деятельности правительства по росту инвестиционной привлекательности страны Хорватия с каждым годом становится все более интересной для туристов как в Европе, так и во всем мире. Актуальность исследования заключается в необходимости поиска новых рынков туристических услуг в Европе, к которым можно отнести данную республику. Поэтому предметом исследования в статье выступают основные показатели конкурентоспособности Республики Хорватии на европейском туристическом рынке. Целью работы

является анализ роли государства Хорватии на международной арене в туристической сфере. Исходя из цели, возникают следующие задачи: проанализировать роль Хорватии в мире туристических услуг, выделить ее конкурентные преимущества и недостатки, рассмотреть механизмы улучшения положения Хорватии в рейтинге конкурентоспособности, выявить положительные и отрицательные стороны в туристической сфере данного государства по сравнению с другими туристическими центрами мира. При написании статьи были использованы такие общенаучные методы исследований, как: индукции, анализа, табличные, описательные, исторические, математические, обработка статистических данных, метод экспертных мнений, прогностический. Получены следующие результаты: в работе проанализированы место Хорватии на рынке туристических услуг. В частности, проводится исследование современного состояния мирового рынка туристических услуг, его особенностей, места Хорватии в сфере туризма. Кроме этого, обращено внимание на период пандемии, его влияние на состояние туристического бизнеса как в Республике, так и во всем мире, и пути совершенствования уровня конкурентоспособности Хорватии. Выводы: анализ места Хорватской Республики на мировом рынке туристических услуг целесообразно использовать для улучшения качества обслуживания в данной сфере, продвижении туристического бизнеса страны на европейский рынок.

**Ключевые слова:** глобализация, регионализация, сфера услуг, рынок туристических услуг, туризм, Хорватия, туристические показатели, конкурентоспособность, Всемирный экономический форум.

### Література

1. Всемирный экономический форум: рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности путешествий и туризма. URL: <https://bit.ly/3aOmvm2> (дата звернення 04.02.21)
2. Гудзеляк І. І., Уманців Б. Б. Хорватія: суспільно-географічна характеристика. Навчальний посібник. Л.: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. 136 с.
3. Завьялов Г.А. Особенности развития туристического бизнеса в Хорватии. Москва, 2013. 47 с.
4. Итоги туристического сезона в Хорватии: впервые без туристов из России. *The Page*. URL: <https://bit.ly/3rAzFtA> (дата звернення: 04.02.21).
5. Концептуальная записка: COVID-19 и перестройка сектора туризма. Организация Объединенных Наций. URL: <https://bit.ly/3aP8PqT> (дата звернення: 25.01.21).
6. Косолапов Н. А. Глобализация: сущностные и международно-политические аспекты. *Мировая экономика и международные отношения*. 2001. № 3. С. 69–73.
7. Кругляк М. Е. Туризм у постюгославських державах. Хорватія: приклад для України. Київ: Глея: Науковий вісник. 2017. № 120. С. 101–105.
8. Матвієнко Н. М. Конкурентоспроможність Хорватії на світовому ринку туристичних послуг: досвід для України. *Часопис картографії*. 2017. Вип. 1. С. 93–107.
9. Матвієнко Н. Управління регіональним розвитком туризму Хорватії. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія*. 2014. Вип. 1. С. 64–66
10. Матвієнко Н. Матвієнко В. Чинники розвитку туризму в Хорватії. Київ: Географія. 2018. Т. 3, № 72. С. 81–88.
11. Число прибытий – Ranking, 2020 – knoema.com. *Knoema*. URL: <https://bit.ly/3p5UGuC> (дата звернення: 30.01.21).
12. Морской туризм как инструмент для восстановления экономики после пандемии – INTERPARUS. URL: <https://bit.ly/2N6XSsy> (дата звернення: 26.01.21).
13. Общий вклад в ВВП (доля, %) – Ranking, 2019 – knoema.com. *Knoema*. URL: <https://bit.ly/3aQlz0h> (дата звернення: 29.01.21).
14. Перспективы развития мировой экономики (ППМЭ). *IMF*. URL: <https://bit.ly/3rA9cfK> (дата звернення: 25.01.21).
15. Пестушко В. Ю. Макроекономічна роль туризму: сучасні реалії країн світу. Ужгород: Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2020. № 29. С. 114–119.
16. Толочко А.О. Розвиток європейського ринку туристичних послуг: дис. канд. геогр. наук: 08.00.02. Київ, 2012.
17. Bosnić Irena, Stanišić Jelena, Tubić Dejan. Role of destination management in strengthening the competitiveness of Croatian tourism. *Ekonomski Vjesnik*. 2014. No. 1. P. 153–170.
18. Croatia's tourism accounts for 53 % of the previous year's overnight stays // Seahelp news URL: <https://bit.ly/3q0hltv> (дата звернення: 04.02.21)
19. Republic of Croatia Edition 2020 Tourism in figures. Ministry of Tourism Republic of Croatia. Zagreb, 2019. 43 p.
20. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Geneva : World Economic Forum, 2015. 519 p.
21. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Geneva : World Economic Forum, 2017. 387 p.
22. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Geneva : World Economic Forum, 2019. 112 p.

### References

1. *Vsemirnyj jekonomicheskij forum: rejting stran mira po urovnju konkurentosposobnosti puteshestvij i turizma* [World Economic Forum: ranking of countries in the world by the level of competitiveness of travel and tourism], URL: <https://bit.ly/3aOmvm2> (04.02.21) (in Russian).

2. Ghudzeljak I. I., Umanciv B. B. *Khorvatija: suspiljno-gheografichna kharakterystyka* [Croatia: suspension-geographic characteristics], Lviv, Vydavnychyj centr LNU im. Ivana Franka, 2002, p.136 (in Ukrainian)
3. Zavjjalov Gh.A. *Osobennosty razvytyja turystycheskogho byznesa v Khorvatyy* [Features of the development of tourism business in Croatia], Moscow, 2013, p.47. (unpublished) (in Russian).
4. *Itogi turisticheskogo sezona v Horvatii: vpervye bez turistov iz Rossii* [Results of the tourist season in Croatia: for the first time without tourists from Russia], The Page. URL: <https://bit.ly/3rAzFtA> (04.02.21) (in Russian).
5. *Konceptualjnaja zapyska: COVID-19 y perestrojka sektora turyzma* [Concept Note: COVID-19 and Tourism Sector Restructuring], URL: <https://bit.ly/3aP8PqT> (25.01.21) (in Russian).
6. Kosolapov N.A. (2001) *Globalizacija: sushhnostnye i mezhdunarodno-politicheskie aspekty* [Globalization: essential and international political aspects]. *Mirovaja jekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija*, no.3 pp. 71-72 (in Russian).
7. Krughljak M. E. (2017) *Turyzm u postjughoslavs'kykh derzhavakh. Khorvatija: pryklad dlja Ukrajiny* [Tourism in the postyugoslav states. Croatia: an example for Ukraine] *Ghileja: naukovyj visnyk*, vol.120, pp. 101-105 (in Ukrainian).
8. Matvijenko N. M. (2017) *Konkurentospromozhnist' Khorvatiji na svitovomu rynku turystychnykh poslugh: dosvid dlja Ukrajiny* [Competitiveness of Croatia in the world market of tourist services: experience for Ukraine]. *Chasopys kartografiji* vol.1, pp. 93-107 (in Ukrainian).
9. Matvijenko N. M. (2014) *Upravlinnja rehional'nym rozvytkom turyzmu Khorvatiji* [Management of regional tourism development in Croatia]. *Kyiv: Visnyk Kyjivskogho nacional'nogho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Geography* vol. 1, pp. 64-66 (in Ukrainian).
10. Matvijenko N., Matvijenko V. (2018) *Chynnyky rozvytku turyzmu v Khorvatiji* [Factors of tourism development in Croatia]. *Kyiv: Geography* no.3, pp. 81-88 (in Ukrainian).
11. *Chislo prybytij – Ranking, 2020 – knoema.com* [Number of arrivals – Ranking, 2020 – knoema.com.], Knoema. URL: <https://bit.ly/3p5UGuC> (30.01.21) (in Russian).
12. *Morskoy turizm kak instrument dlja vosstanovlenija jekonomiki posle pandemii* [Sea tourism as a tool for economic recovery after the pandemic], *Interparus*. URL: <https://bit.ly/2N6XSsy> (26.01.21) (in Russian).
13. *Obshhij vklad v VVP (dolja, %) – Ranking, 2019 – knoema.com*. [Total contribution to GDP (share, %) – Ranking, 2019 – knoema.com.], Knoema. URL: <https://bit.ly/3aQlzOh> (29.01.21) (in Russian).
14. *Perspektivy razvitija mirovoj jekonomiki (PRMJe)* [World Economic Outlook (WEO)], IMF. URL: <https://bit.ly/3rA9cfK> (25.01.21) (in Russian).
15. Pestushko V. Ju. (2020) *Makroekonomichna rolj turyzmu: suchasni realiji krajini svitu* [Macroeconomic role of tourism: modern realities of countries]. *Uzhgorod: Naukovyj visnyk: Uzhgorod National University*, pp.114-119 (in Ukrainian).
16. Tolochko A.O. (2012) *Rozvytok jevropejs'kogho rynku turystychnykh poslugh* [Development of the European market of tourist services] (PhD Thesis), *Kyiv*.
17. Bosnić Irena, Stanišić Jelena, Tubić Dejan (2014) *Role of destination management in strengthening the competitiveness of Croatian tourism* // *Osijek: Ekonomski Vjesnik / Econviews*, pp. 153-170 (in English).
18. Croatia's tourism accounts for 53 % of the previous year's overnight stays // *Seahelp news* URL: <https://bit.ly/3q0hltv> (date of request: 04.02.21)
19. Republic of Croatia Edition 2020 *Tourism in figures* / Ministry of Tourism Republic of Croatia. Zagreb, 2019. 43 p.
20. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*. Geneva : World Economic Forum, 2015. 519 p.
21. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Geneva : World Economic Forum, 2017. 387 p.
22. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Geneva : World Economic Forum, 2019. 112 p.

Статтю отримано 8 квітня 2021 р.

## ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ)\*

**Панова Ірина Олексіївна**

канд. екон. наук, ст. викладач

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: iryna.panova@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1975-5644>

**Журавчак Ярослава Зіновіївна**

студентка

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: yaroslavazhuravchak01@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7842-2954>

На сьогоднішній день туристичний бізнес залишається перспективних напрямом розвитку економіки України, незважаючи на низку проблем викликаних пандемією COVID-19. Гастрономічний туризм поступово набуває популярності серед споживачів, що пояснюється їх прагненням до нових гастрономічних вражень і смакових відчуттів. Саме цей вид туризму розкриває особливості автентичної технології приготування місцевих страв, традицій їх споживання, вчить навичкам кулінарного мистецтва, а гастрономічні фестивалі та ярмарки з кожним роком відвідують більше гостей, навіть з-за кордону. Закарпаття є однією з основних гастрономічних дестинацій України. Велика кількість національностей, які мешкають на цій території створюють унікальну кулінарну культуру і традиції. Все це робить Закарпаття не схожим на жоден інший регіон та сприяє розвитку гастротуризму. Предмет дослідження статті є проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні (на прикладі Закарпатської області). Мета – дослідження проблем та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області України. Завдання: аналіз дестинації гастрономічного туризму в Україні, а також визначення перспектив розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області. Використовуються загальнонаукові методи: аналітичний, оціночний, порівняльний, статистичний, графічний, описовий, картографічний. Отримано наступні результати: виявлено основні дестинації гастрономічного туризму в Україні та його перспективи розвитку в Закарпатській області. Зроблено висновок, що для подальшого розвитку та популяризації гастрономічного туризму на Закарпатті важливими є державна та регіональна підтримка області; створення ефективної маркетингової політики; підвищення рівня кваліфікації трудових ресурсів в сфері туризму; збільшення кількості гастро-подієвих заходів (винних та сирних ярмарок, а також фестивалів); покращення якості та урізноманітнення гастрономічних турів.

**Ключові слова:** гастрономічний туризм, гастрономічний фестивалі, гастрономічні ярмарки, гастрономічні тури.

**Постановка проблеми.** На сьогодні туризм займає вагоме місце в світовому господарстві, незважаючи на низку проблем, викликаних COVID-19. Одним з його перспективних напрямів розвитку є гастротуризм. Сутність якого полягає в ознайомленні зі способами приготування страв та напоїв, їх дегустацією, а також з кулінарними традиціями території, регіону, країни тощо. Для виявлення перспектив розвитку гастротуризму Закарпатської області необхідним є дослідження основних передумов, тенденцій та загального стану гастрономічного ринку України.

### **Аналіз досліджень та публікацій.**

Дослідженням розвитку гастрономічного туризму в Україні займається чимало вітчизняних науковців, зокрема: Антоненко В.Г., Басюк Д. І., Корнілова В. В., Кукліна Т.С., Любіцева О. О., Саламатіна С. Є., Шандора Е. Ф. та інші. Вагомий науковий вклад внесли вчені Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна: Парфіненко А.Ю., Аксьонова Н.В., Гапоненко А.І., Посохов І.С., Шамара І.М. та інші.

**Метою статті є** дослідження проблем та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області України.

\* **Cite as:** Panova, I., Zhuravchak, Y. (2021). Problems and Prospects of Gastronomic Tourism Development in Ukraine (On the Example of Zakarpattia Oblast), *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 196-208. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-20>

**Виклад основного матеріалу.** Україна має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Цьому сприяє багатонаціональність країни. На сьогодні кожен четвертий громадянин держави – це представник певної некорінної національності. Українці та представники інших націй і народностей формували неповторне етнокультурне обличчя, невід’ємною рисою якого є унікальні кулінарні традиції [5]. Національна українська кухня визнана у

багатьох державах світу й приваблює іноземних туристів. Гастрономічні тури включають знайомство з традиційною кухнею та відкривають особливості звичаїв харчування.

За даними Всесвітньої туристичної організації серед об’єктів гастрономічного туризму, найбільш привабними є підприємства ресторанного господарства (29%), заклади торгівлі локальними продуктами харчування (26%), заклади торгівлі локальними продуктами харчування (26%) та гастрономічні свята та фестивалі (20%) (рис. 1).



Рис. 1. Найбільш привабливі об’єкти гастрономічного туризму [19]

За даними Державної статистичної служби станом на кінець 2019 року в Україні було зареєстровано 57712 закладів ресторанного господарства. Найбільша кількість з яких

знаходиться у Київській області, а найменша – Тернопільській, та дорівнює 4505 і 769 об’єктів відповідно (рис 2).

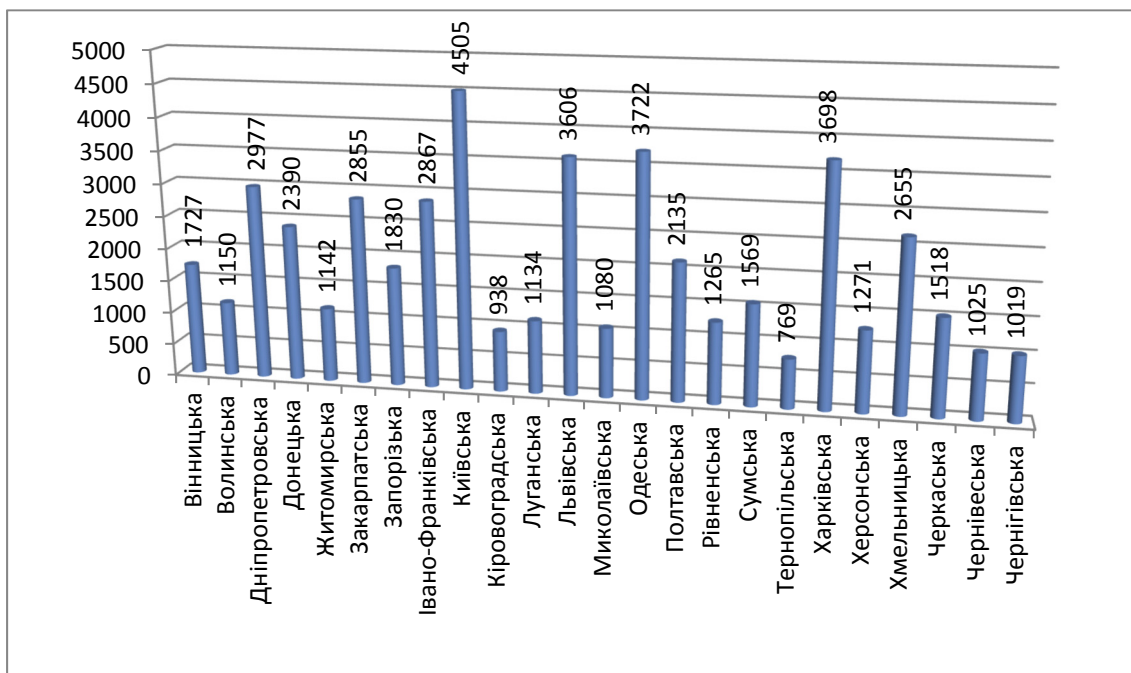


Рис. 2. Кількість засобів розміщення за областями України, одиниці [13, 15]

В чотирьох областях кількість закладів перевищує середній показник по Україні в цілому, а саме: в Київській, Одеській, Харківській та Львівській. Це пояснюється, в першу чергу, залежністю від туристичної привабливості регіонів та кількості туристичних потоків. Саме Львівська, Одеська та Київська області є лідерами по відвідуванню туристів в Україні. Крім того, важливим чинником є населеність адміністративних центрів областей, бо там сконцентрована основна кількість закладів ресторанного господарства. Станом на 2020 р. Київ, Одеса та Харків налічують більше одного мільйона мешканців [13].

В Україні активно розробляється концепція гастрономічного туризму, у вигляді дорожньої мапи, документ буде представлений і увійде до загальнодержавної стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Роком гастротуризму, згідно Національної туристичної організації України, було названо 2018 р. Проведено безліч тематичних заходів. Експерти та ресторатори погоджуються з думкою, що гастрономічний туризм є одним із найперспективніших видів туризму на території України, з яким країну можна представляти на світовому ринку. Згідно дослідженням, туристичні потоки збільшуються саме в тих регіонах, де проводяться тематичні ярмарки, тури, народні свята і фестивалі. Зараз в Україні відбувається безліч різноманітних гастрономічних турів, це створює передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках [11].

Варто сказати, що на сьогоднішній день в Україні користуються попитом серед туристів фестивалі борщу, найпопулярніший проводиться в селищі Борщів на Тернопільщині. Фестиваль сала кожного року традиційно збирає туристів у Петриківці на Дніпропетровщині. Львів славиться своїм

дивовижним музеєм-рестораном «Сало», де проводять жирні вечірки, родзинкою закладу є унікальні цукерки «Сало в шоколаді» та суші – сало. На Закарпатті та Волині готують найсмачнішу домашню ковбасу, а у 2015 році книга рекордів України зафіксувала виготовлення найдовшої ковбаси – 5 метрів. Врожайми картоплі та стравами з неї славиться Полісся, у Коростині на Житомирщині щорічно проводять фестиваль Деруна, також в місті встановлено пам'ятник цій страві. Закарпаття відоме фестивалем «Берлибаський банош», який відбувається у селі Костилівка Рахівського району. У Полтаві щорічно відбувається фестиваль галушці, і навіть встановлено пам'ятник цій шановній страві. У Луцьку кожного року проводять фестиваль національної кухні, головною стравою якого є вареники. А в Канаді у місті Альберта було встановлено дев'ятиметровий пам'ятник варенику завдяки силам української діаспори. Все вищесказане є досить невеликою частиною заходів, що проводяться в Україні для розвитку гастрономічного туризму [3].

Усі регіони України за кількістю гастрономічних фестивалів та регіонального зосередження гастрономічних турів можна умовно поділити на три групи, зокрема:

- за відсутністю гастрономічних фестивалів та турів (Луганська, Донецька, Рівненська, Чернівецька, Сумська області);
- за найбільшою зосередженістю кількості фестивалів, гастрономічних турів (Львівська, Одеська, Київська, Івано-Франківська, Закарпатська, Полтавська);
- за наявністю незначної кількості гастрономічних фестивалів, але є потенціал до їх створення (Волинська, Хмельницька, Вінницька, Дніпропетровська, Запорізька, Миколаївська, Херсонська, Чернігівська, Черкаська, Харківська, Тернопільська, Кропивницька, Житомирська області) (рис. 3).



Рис. 3. Зосередження гастрономічних фестивалів за регіонами України у 2019 р. [11]

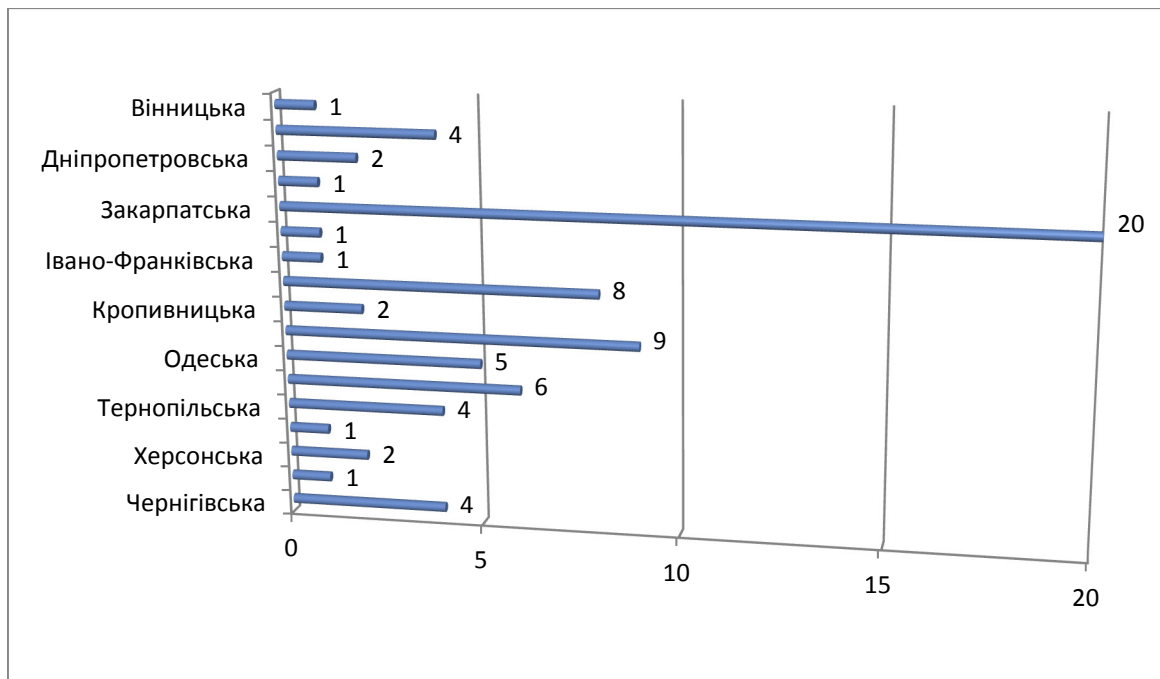


Рис. 4. Кількість гастрономічних фестивалів за регіонами України за 2019 р. [12]

У 2019 році в Україні відбулося 72 гастрономічних фестивалів за даними Асоціації розвитку гастрономічного та винного туризму України (рис. 4) [12].

Безпосередньо лідером являється Закарпатська область, маючи 20 фестивалів, на другому та третьому місцях Львівська та

Київські області, що налічували дев'ять та вісім фестивалів відповідно.

У зв'язку з пандемією COVID-19 у 2020 році світові гастро-заходи не відбулися, а також більшу кількість запланованих популярних кулінарних фестивалів та ярмарок на 2021 рік відмінено або перенесено на наступний рік (табл. 1).

Таблиця 1

**Календар найпопулярніших гастро-подієвих заходів в Україні на 2021 р. (заплановно)**

Назва заходу	Час проведення	Місце проведення
Вінницька область		
Фестиваль-ярмарка «Пироговські пікніки»	Квітень	м. Вінниця, На території Національного музею-садиби М. Пирогова
Фестиваль польової кухні ім. Тараса Сича	27-28 червня	м. Вінниця, Центральний парк ім. Леонтовича
Ярмарок «Хліба та меду»	17-20 серпня	м. Вінниця
Волинська область		
Виставка-ярмарка «Медовий спас»	Серпень	м. Луцьк
Житомирська область		
Міжнародний фестиваль дерунів	Вересень	м. Коростень
Ягідний фестиваль «Брусвяна-Україна»	17 липня	с. Костівці
Закарпатська область		
Фестиваль «Червене вино»	9 січня	м. Мукачево
Фестиваль «Варишська палачінта»	13 березня	м. Мукачево
Фестиваль «Огінь і м'ясо»	7-9 травня	м. Мукачево
Фестиваль «Варишське пиво»	20-22 серпня	м. Мукачево
Фестиваль-ярмарок «Срібні Джерела»	8-10 жовтня	м. Хуст
Запорізька область		
Фестиваль-конкурс вина «Чарівна лоза Примор'я»	червень	м. Приморськ

Назва заходу	Час проведення	Місце проведення
Івано-Франківська область		
Гастрономічний фестиваль «Бігус»	29-30 травня	м. Івано-Франківськ, площа Ринок
Виставка-ярмарка «Свято Бойківського меду та ремесел»	22-23 серпня	м. Долина
Львівська область		
Свято Пампуха в Гаю	16-17 січня	м. Львів
Фестиваль «Craft Beer&Vinyl Music» Festival	14-16 травня	м. Львів
Перший фестиваль Українського вина	11-13 червня	м. Львів, Замок Потоцьких, м. Червоноград
Фестиваль «HORECA Show Lviv»	дата невідома	м. Львів
Фестиваль «Галицька лоза»	вересень	м. Львів
Полтавська область		
Фестиваль «Полтавська галушка»	5 червня	м. Полтава, Соборна площа
Фестиваль «Борщик в глиняному горшечку»	14 серпня	с.м.т. Опішня
Виставка-ярмарок «Свято Меду»	серпень	м. Полтава
Київ		
Фестиваль українського борщу	5 березня	м. Київ

Складено авторами за матеріалами [19]

Велика кількість гастрономічних турів та фестивалів створюють передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках гастрономічного туризму.

Проаналізувавши доступні пропозиції вітчизняних туроператорів, які здійснюють гастрономічні тури, можна виділити наступні особливості, зокрема:

- обмежено коло компаній розробляє та здійснює професійні гастрономічні тури;

- більшість подорожей організовується на Західній Україні (Закарпаття, Львівщина), це пояснюється автентичною культурою та специфічними кулінарними традиціями цих регіонів [10, с. 124];

- наразі існує значний потенціал розвитку українського гастрономічного туризму, тури якого, у більшості, пов'язані із іншими видами туристичної діяльності та розважального бізнесу.

За допомогою аналізу наявних турів на ринку можна виділити топ 5 найпопулярніших туристичних продуктів (рис. 5) [12].



Рис. 5. Найпопулярніші туристичні продукти на ринку гастрономічного туризму України [12]



Найбільш популярними сьогодні є сирний, винний та медовий напрями гастрономічного туризму [12].

В Україні офіційно виробляють винні напої близько 75 компаній. На сьогодні загальна площа виноградників становить 40 700 гектарів, з яких 25 600 гектарів відведено під виробництво вина. Згідно даним «Винного Гіду України», який був представлений на

щорічному винному форумі, в Україні діє 48 виноробних господарств та 183 кращих українських вин [15].

У процентному співвідношенні виробництва вина в Україні, основні виноробні підприємства розташовані в Одеській (55%), Закарпатській (15%) та Херсонській (15%) областях, і які є центрами розвитку винного туризму в Україні (рис.6) [3].

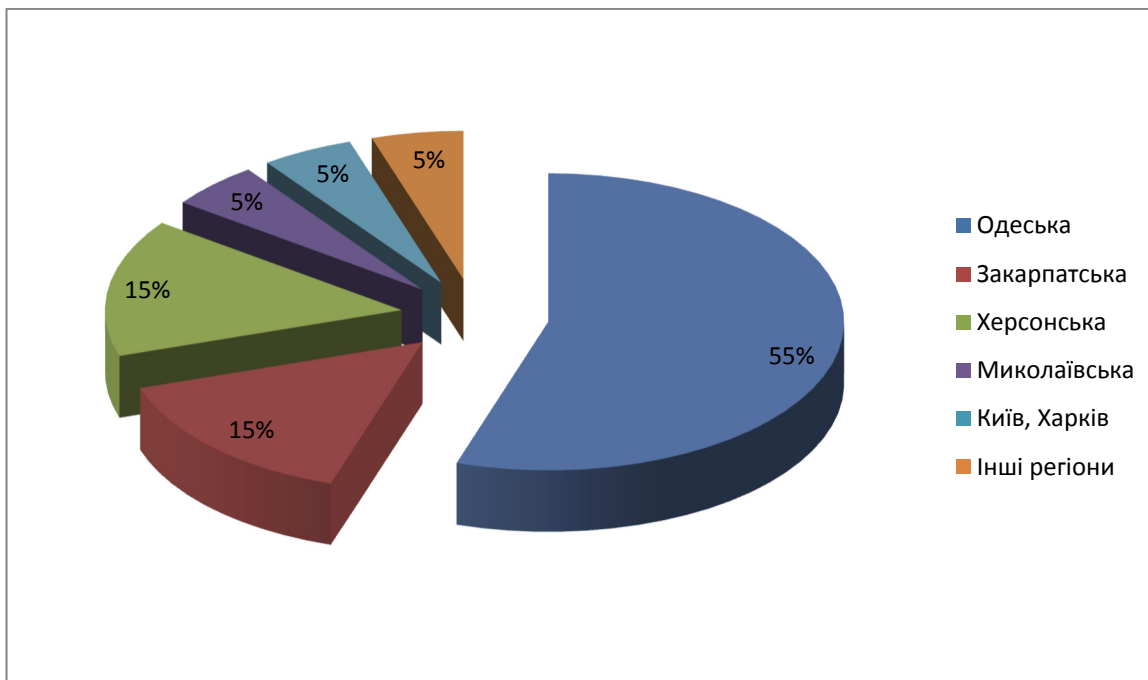


Рис.6. Розподіл виробників виноробної продукції за регіонами України [3]

Винні тури – це окремі подорожі, ще їх називають турами вихідного дня. Також це і комплексні заходи, які можуть бути в поєднанні і з літнім відпочинком, інтенсивтурами, кейтеринговими заходами (корпоративними фуршетами, банкетами, вечірками). В Україні основними маршрутами винних турів є «Київ – Одеса» і «Київ – Закарпаття». Найбільшим попитом серед туристів користуються заводи регіону «Чизай», «Леанка», Ужгородський коньячний завод, де проводяться дегустації коньяків і вин. ДП АПФ «Леанка» проводить дегустацію власних вин в Середнянських винних підвалах, які є архітектурною пам'яткою XVI ст. та ЮНЕСКО були занесені в десятку кращих винних підвалів Європи [19].

В Україні виробляється велике різноманіття натуральних продуктів, чого тільки варті різновиди меду. Основна кількість пасік розташована на сході та півдні країни. Загалом мед виробляється в 13 областях України. Першість по кількості пасік із сертифікатом органічного виробництва займає Миколаївська область – 23 пасіки, це приблизно 7,5 тис. сімей бджіл. Друге місце займає Одеська область, де кількість пасік майже в двічі менша – 11 і 2,5 тис. сімей бджіл, третє місце посідає Луганська область [13, 15].

В Україні є багато равликкових ферм, що можуть надавати такі ж послуги як і відомі французькі. В період з 2014 по 2019 рр. в країні було створено 200 равликкових ферм. Вони виробляють близько 800 тон живих равликів, за 2019 рік з них було експортовано 30 тон. Ці виробництва є у Луганській, Київській, Львівській, Донецькій та Миколаївській областях [17].

На сьогодні гастрономічний туризм в Україні не є пріоритетним в туристичній сфері. Він має досить слабо розвинену мережу. Основні проблеми розвитку гастрономічного туризму представлені на рисунку 7.

При аналізі негативних проявів гастрономічного туризму у світі та в Україні бачимо, що розвиток туристичної сфери гальмується. Це охоплює не тільки міжнародний туризм, а й внутрішній, який стримується багатьма факторами (рис.8).

Гастрономічний туризм – це вид туризму, який, в першу чергу, пропонує не послугу, а конкретний продукт. Одна з локальних проблем, яка стосується всіх підвидів гастрономічного туризму як внутрішнього так і міжнародного туризму є термін не тривалого зберігання. Структурна перебудова сучасної економіки дає змогу говорити про необхідність

кардинальних змін у вітчизняному туризмі, передусім завдяки сучасним пріоритетам, зокрема: переходу від виключної орієнтації на елітарний туризм до розвитку недорогих масових видів туризму. В першу чергу, практично всі гальмуючі фактори розвитку туристичної галузі залежать від одного найголовнішого аспекту – недостатнього фінансування туристичної галузі. Через низку

економічних та політичних факторів, державний бюджет України не може належним чином підтримати туристичну сферу. Потрібно залучати інвестиції в цю індустрію, адже інвестиційна політика є важливою складовою механізму державного регулювання туристичної галузі та охоплює комплекс заходів, спрямованих на залучення капіталу у розвиток туристичної інфраструктури.

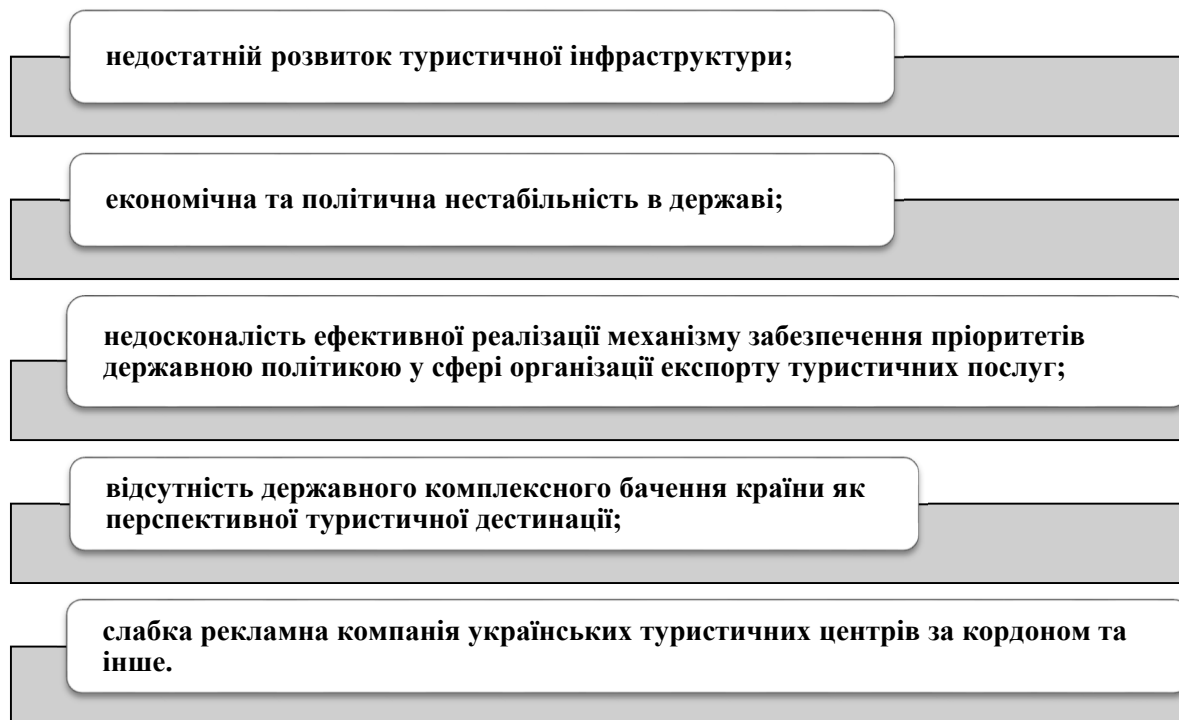


Рис.7. Основні проблеми розвитку гастрономічного туризму України



Рис.8. Стримуючі фактори розвитку гастрономічного туризму в Україні

Ще однією дуже важливою проблемою є імідж країни на міжнародному ринку, що впливає на розвиток туризму. У процесі

обрання держави для подорожі туристів цікавлять питання культурного рівня, екологічної ситуації, криміногенної обстановки,

національної та релігійної толерантності, політичної й економічної стабільності. Україна охоплена низкою проблем, таких як економічна криза, воєнні дії на Сході, це все створює політично-нестабільний імідж. Саме тому необхідні дії на державному рівні з метою формування привабливості України [2].

Люди з усього світу прагнуть до нових вражень, локацій та способів задовольнити свої туристичні потреби, а це впливає на розвиток туристичної галузі. Завдяки гастрономічному туризму мандрівники задовольняють власні потреби і знайомляться з традиціями й культурою регіону, мають змогу відчутти своєрідний колорит відвідуваної місцевості. Багатьом регіонам України притаманні властивості для розвитку цього виду туризму. Закарпатська область наділена великими туристичними можливостями та ресурсами для організації гастрономічних турів, в основі яких є культура вирощування винограду, виробництво вина та його вживання, а також смакування національною кухнею [1].

Закарпаття є багатокультурною територією, бо на протязі останніх століть область 19 разів входила до складу різних державних утворень. Це вплинуло на національну свідомість населення Закарпаття, яким доводилося кожного разу пристосовуватися до чужих культур, мов, особливостей тощо. Саме через це традиції закарпатців є своєрідними, незважаючи на запозичення складових культури сусідніх народів, протистояння асиміляції в іншому етнічному середовищі та на еволюційному національному процесі. Ці процеси відбулися за рахунок спілкування і взаємодії як на духовному, так і на побутовому рівні.

Своєрідність культури закарпатських українців характеризується активним запозиченням елементів культури сусідніх народів, опором щодо асиміляції в чужоземному середовищі у процесі формування і розвитку власної культури. Це відбувалося шляхом міжкультурної комунікації як на духовному, так і побутовому рівні [4, с. 127].

До головних чинників, що впливають на збільшення зацікавленості туристів до гастрономічного туризму Закарпатської області належать:

- різноманітна багатонаціональна закарпатська кухня, яка охоплює особливості української, угорської, словацької, румунської, чеської, єврейської, циганської, німецької кухонь;

- найбільша кількість в Україні гастрономічних фестивалів за рік (фестиваль лечо, фестиваль-ярмарок «Золотий гуляш», фестиваль сливового леквару (Берегівський район); фестиваль кукурудзи (Виноградівський район); фестиваль «Гуцульська ріпа» (Рахівський район); фестиваль «Гуцульська бринза» (Рахів);

- фестиваль меду, фестиваль-конкурс «Червене вино» (Мукачеве); фестиваль «Біле вино» (Берегове); свято молодого вина «Божоле» (Ужгород) та інші [7];

- наявність великої кількості дегустаційних залів, зокрема, сирні, винні (Ужгород, Берегове), медові, хлібні, лекварні – сливовий джем без цукру, де можна спробувати палинку – місцева фруктова горілка, шовдарь – закарпатський хамон);

- розмаїття ресторанів національної кухні Закарпаття;

- найрізноманітніші смакові поєднання здавалось би несумісних інгредієнтів, а саме: ковбаса з лекваром (свинина зі сливовим повидлом), творіння фермера Павла Тізеша із села Ботар на Виноградівщині – закарпатські цукерки «Шкварки в шоколаді», авторами є Павло Тізеш та відомий ужгородський кулінар Валентин Штефань [6];

- велика кількість делікатесів: берегівські равики та тур'яреметівські жаб'ячі стегенця; салати та супи з папороті, кухар з Виноградівського району варить з неї і бог'рач; буйволяче молоко, з якого на Хустщині варять закарпатські традиційну пудбивану пасулю (квасолю); страусине м'ясо, яке смажать, варять й коптять; буйволині сири [7];

- дегустації м'ясних виробів, які зроблені за допомогою методу сиров'ялення: саямі, пікниця, шовдарь, гурка» [9];

- дегустації – вина, сирів, меду, наливки, палинок, настоянок, виготовлених за традиційними рецептами народів Закарпаття [16];

- відвідання екоферм з вирощування органічних продуктів («Зелений гай» – органічні соки, сири, м'ясо; «Карпатський буйвіл» – буйволині сири та згущене молоко та інші.) [7].

На сьогодні гастрономічний туризм в Україні знаходиться на перших сходинках становлення. З проведеного дослідження бачимо, що розвитку даного виду туризму перешкоджають низка факторів (рис. 9).

В першу чергу на формування існуючого становища вплинула складна соціально-економічна ситуація, в якій перебуває Україна та безпосередньо Закарпатська область. А саме через нерегульований механізм, що стимулює розвиток туристичного бізнесу, відсутність чіткої стратегії на державному та регіональному рівнях. Крім того, наявна нормативно-правова база туристичної галузі є недосконалою та неефективною, і навіть суперечливою у деяких випадках. В цій сфері на сьогоднішній день не існує окремого законодавства, тому це впливає й на гастрономічний туризм. В Закарпатській області розвиток туризму гальмується через відсутність єдиної системи державного управління в регіоні.

До вагомих факторів, що негативно впливають на розвиток гастротуризму

належить складна політична ситуація в Україні. Адже воєнні дії на Сході країни та анексія Автономної Республіки Криму вплинули на погіршення туристичного іміджу України

загалом, а отже і Закарпаття. Більшість потенційних міжнародних туристів вважають, що в країні триває повномасштабні бойові операції.



Рис. 9. Фактори стримування розвитку гастрономічного туризму на Закарпатті

Складено автором за матеріалами [3]

Пандемія COVID-19 стала викликом в сфері світового туризму та на території України. Дії щодо стримування розповсюдження інфекції спричинили закриття кордонів, тим самим зупинив міжнародні потоки, а також припинення роботи об'єктів харчування і тимчасового розміщення туристів, а також більшість супутніх туристичних підприємств. Зараз туристична індустрія починає поступово відновлюється.

Ще однією проблемою є сучасний стан туристичної інфраструктури, що не може задовольнити навіть потреби внутрішнього туриста. Це проявляється в низькому рівні надання послуг. Таким чином, в Закарпатській області об'єкти гастрономічного туризму знаходяться в сільській та гірській місцевості, через незадовільний стан доріг, туристам важко дістатися до заданого пункту призначення. Зауважимо, що за відсутності закладів розміщення на віддаленій місцевості може стримувати гастрономічних туристів від відвідування фестивалів або ярмарок, які там проводяться, а також це стосується підприємств з виготовлення сирів, вина тощо [8].

Іншим фактором, що стримує розвиток гастрономічного туризму є дефіцит кваліфікованого персоналу. Даний вид туризму має потребу в спеціалістах у сфері туризму,

готельно-ресторанної справи, сільського господарства та харчової промисловості.

Розвиток гастротуризму також залежить й від існуючої рекламної політики. В регіонах України просування унікального продукту проводиться безсистемно та без урахування потреб потенційних туристів. Закарпаття має всі можливості для розвитку гастрономічного туризму, але відсутня маркетингова політика, яка була б спрямованою саме на зарубіжних туристів, і інформувала б їх про українську самобутню унікальну кухню.

Вивчаючи проблеми та перспективи гастрономічного туризму на Закарпатті, необхідно розробити низку порад щодо популяризації цього виду туризму. Сприятливі умови для розвитку інвестування туристичної сфери та діяльності курортів є дуже важливим аспектом регіону, адже фінансових коштів, що надходять від держави не достатньо. Важливо запроваджувати механізми стимулювання реконструкцій об'єктів туристичної інфраструктури та будівництва нових. Туристичні компанії, які пропонують гастрономічні продукти повинні робити акцент на їхню якість. Адже спеціалізовані, немасові види туризму акцентують увагу не на ціні, а саме на якості, бо тут турист є вибагливішим на відміну від масового сегменту.

Отже, головними стратегічними напрямками для подальшого розвитку та популяризації гастрономічного туризму на Закарпатті є:

- залучення державної та регіональної підтримки Закарпатської області;
- забезпечення розвинутою туристичною інфраструктурою з метою поширення якісного туристичного продукту та надання різноманітних послуг туристам;
- гарантування пріоритетності внутрішнього та в'їзного-зарубіжного туризму з використанням гастрономічних туристичних ресурсів Закарпаття;
- забезпечення функціонування якісної маркетингової політики та інформаційно-рекламної діяльності;

- залучення іноземних інвестицій;
- збільшення середнього чеку;
- покращення рівня кваліфікації кадрів в сфері туризму;
- збільшення кількості гастро-подієвих заходів (винних та сирних ярмарок і фестивалів);
- покращення якості та урізноманітнення гастрономічних турів.

Гастрономічний туризм є особливим підвидом туризму. За допомогою SWOT-аналізу визначили сильні та слабкі сторони гастрономічного туристичного ринку Закарпатської області (табл. 2).

Таблиця 2

**SWOT-аналіз розвитку гастрономічного туристичного ринку Закарпатської області**

<b>Opportunity – можливості</b>	<b>Threats – загрози</b>
1. Виділення туристичної індустрії району пріоритетом економічного розвитку	1. Послаблення конкурентних переваг вигідного геополітичного розташування Закарпаття внаслідок триваючої військової агресії на Сході України
2. Популяризація гастрономічної дестинації в серед українських та іноземних туристів	2. Вимивання трудового потенціалу внаслідок лібералізації політики європейських країн щодо трудових мігрантів і еміграції з України
3. Можливість навчання, стажування, набуття досвіду за кордоном	3. Конкуренція з боку інших гастрономічних дестинацій (Одеська, Київська, Львівська обл..)
4. Збільшення кількості гастрономічних фестивалів та ярмарок	4. Нестабільна політична та економічна ситуація в Україні
5. Участь у грантових програмах	5. відсутність системного підходу та корупція
6. Проведення рекламної роботи із заохочення інвестування гостротуризму	6. Відтік іноземних інвесторів
7. Державне регулювання гастрономічного туризму	7. Зниження зовнішнього попиту на туристичний гастрономічний продукт
8. Стимуляційна державна політика підтримки виробництва локальних продуктів харчування	8. Міжнародна конкуренція сусідніх держав
<b>Strength – сильні сторони</b>	<b>Weakness – слабкі сторони</b>
1. Вигідне географічне та геополітичне розташування області	1. Низький рівень транспортної інфраструктури в сільській місцевості
2. Різноманітні природно-кліматичні умови	2. Обмеження у просторовому розвитку та ефективному господарюванні
3. Культурний, історичний та рекреаційний потенціал регіону	3. Міграція трудового населення
4. Перевага сільського населення над міським	4. Малоземелля
5. Значна кількість місць відпочинку, закладів розміщення, процеси диверсифікації туристичних послуг	5. Залежність від зовнішніх інвесторів
6. Висока ділова активність населення	6. Порушення екологічної рівноваги
7. Розвинена та розгалужена транспортна мережа	7. Низька якість сервісу туристичної інфраструктури
8. Великий гастрономічний потенціал, мультикультурність та унікальні кулінарні традиції регіону	8. Невисокі заробітні плати у внутрішніх туристів
9. Порівняно низький рівень забруднення	9. Недостатнє просування регіону як гастрономічного бренду
10. Успішний досвід в залученні інвестиційних та грантових проєктів	10. Неefективний маркетинг про просування локальних гастрономічних подій в інших регіонах та за кордоном
11. Високий рівень спеціалізації в аграрній сфері	11. Відсутність кластерного підходу в розвитку

Opportunity – можливості	Threats – загрози
12. Якісні продукти харчування і багатство традиційної кухні	12. Недостатній рівень кваліфікаційного персоналу в сфері туризму
13. Унікальні події та гастрономічні фестивалі	13. Незадовільний стан багатьох автомобільних доріг та об'єктів дорожньої інфраструктури
14. Велика кількість виноробних підприємств та сироварень	14. Низький рівень охоплення сільських населених пунктів водопостачанням та водовідведенням.
15. Перший музей історії та культури виноградарства та виноробства на Західній Україні	
16. Розуміння місцевою владою важливості розвитку туристичної індустрії	

Складено авторами за матеріалами [14]

Отже, проведений аналіз надав змогу зробити висновки, що підтримка можливостей та сильних сторін є пріоритетними та визначають орієнтири розвитку гастрономічного туризму Закарпатської області. Робота над зменшенням впливу загроз і слабких сторін повинна відбуватися не тільки на регіональному, а й на державному рівнях. Цей вид туризму має достатні можливості щоб користуватися попитом серед вітчизняних і зарубіжних туристів. Важливо пропонувати та реалізовувати нові ідеї та залучати інвесторів, які дадуть старт для створення нових сучасних платформ та кластерів гастротуризму.

Отже, можемо зробити **висновок**, що своєрідність культури закарпатського населення характеризується значним запозиченням елементів культури сусідніх народів, це пояснюється тим, що область входила 19 разів до складу різних державних утворень. Головними стратегічними напрямками для подальшого розвитку та популяризації гастрономічного туризму на Закарпатті є: залучення державної та регіональної підтримки

Закарпатської області; забезпечення розвинутою туристичною інфраструктурою з метою поширення якісного туристичного продукту та надання різноманітних послуг туристам; гарантування пріоритетності внутрішнього та в'їзного-зарубіжного туризму з використанням гастрономічних туристичних ресурсів Закарпаття; забезпечення функціонування якісної маркетингової політики та інформаційно-рекламної діяльності; залучення іноземних інвестицій; збільшення середнього чеку; покращення рівня кваліфікації кадрів в сфері туризму; збільшення кількості гастро-подієвих заходів (винних та сирних ярмарок і фестивалів); покращення якості та урізноманітнення гастрономічних турів. Підтримка можливостей та сильних сторін є пріоритетними й визначають орієнтири розвитку гастрономічного туризму Закарпатської області. Важливо пропонувати та реалізовувати нові ідеї та залучати інвесторів, які дадуть старт для створення нових сучасних платформ і кластерів гастротуризму.

#### PROBLEMS AND PROSPECTS OF GASTRONOMIC TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE (ON THE EXAMPLE OF ZAKARPATIA OBLAST)

**Iryna Panova**, Ph.D (Economics), teacher, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: iryna.panova@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1975-5644>

**Yaroslava Zhuravchak**, Student, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, E-mail: yaroslavazhuravchak01@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7842-2954>

Today the tourism business remains a promising area of development of Ukraine's economy, despite a number of problems caused by the COVID-19 pandemic. Gastronomic tourism is gradually gaining popularity among consumers, due to their desire for new gastronomic experiences and taste sensations. This type of tourism reveals the features of authentic cooking technology, traditions of their consumption, teaches culinary skills, and gastronomic festivals and fairs are visited every year by more guests, even from abroad. Zakarpattia is one of the main gastronomic destinations in Ukraine. The large number of nationalities living in this area create a unique culinary culture and traditions. All this makes Zakarpattia unlike any other region and promotes the development of gastrotourism. The subject of the article is the problems and prospects of gastronomic tourism in Ukraine (on the example of Zakarpattia Oblast). The aim is to study the problems and prospects of gastronomic tourism development in Zakarpattia Oblast of Ukraine. Tasks: analysis of the destination of gastronomic tourism in Ukraine, as well as determining the prospects for the development of gastronomic tourism in Zakarpattia Oblast. General scientific methods are used: analytical, evaluation, comparative, statistical, graphic, descriptive, cartographic. The following results were obtained: the main destinations of gastronomic tourism in Ukraine and its prospects for development in Zakarpattia Oblast were identified. It is concluded that state and regional support of the region is important for further development and popularization of gastronomic tourism in Zakarpattia Oblast; creating an effective marketing policy; raising the level of qualification of labor resources in the field of tourism; increasing the number of gastronomic events (wine and cheese fairs, as well as festivals); improving the quality and diversification of gastronomic tours.

**Keywords:** gastronomic tourism, gastronomic festival, gastronomic fairs, gastronomic tours.

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ  
(НА ПРИМЕРЕ ЗАКАРПАТСКОЙ ОБЛАСТИ)**

**Панова Ирина Алексеевна**, канд.экон.наук, старший преподаватель, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, площадь Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: iryna.panova@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1975-5644>

**Журавчак Ярослава Зиновьевна**, студент, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: yaroslavazhuravchak01@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7842-2954>

На сегодняшний день туристический бизнес остается перспективным направлением развития экономики Украины, несмотря на ряд проблем, вызванных пандемией COVID-19. Гастрономический туризм постепенно приобретает популярность среди потребителей, что объясняется их стремлением к новым гастрономическим впечатлениям и вкусовым ощущениям. Именно этот вид туризма раскрывает особенности аутентичной технологии приготовления местных блюд, традиций их употребления, учит навыкам кулинарного искусства, а гастрономические фестивали и ярмарки с каждым годом посещают большее количество гостей, даже из-за границы. Закарпатье является одной из основных гастрономических дестинаций Украины. Большое количество национальностей, проживающих на этой территории создают уникальную кулинарную культуру и традиции. Все это делает Закарпатье не похожим ни на один другой регион и способствует развитию гастрономического туризма. Предмет исследования статьи – это проблемы и перспективы развития гастрономического туризма в Украине (на примере Закарпатской области). Цель – исследование проблем и перспектив развития гастрономического туризма в Закарпатской области Украины. Задачи: анализ дестинации гастрономического туризма в Украине, а также определение перспектив развития гастрономического туризма в Закарпатской области. Используются общенаучные методы: аналитический, оценочный, сравнительный, статистический, графический, описательный, картографический. Получены следующие результаты: выявлены основные дестинации гастрономического туризма в Украине и его перспективы развития в Закарпатской области. Сделан вывод, что для дальнейшего развития и популяризации гастрономического туризма в Закарпатье важны государственная и региональная поддержка области; создание эффективной маркетинговой политики; повышение уровня квалификации трудовых ресурсов в сфере туризма; увеличение количества гастро-событийных мероприятий (винных и сырных ярмарок, а также фестивалей); улучшение качества и разнообразия гастрономических туров.

**Ключевые слова:** гастрономический туризм, гастрономические фестивали, гастрономические ярмарки, гастрономические туры.

---

**Література**

1. Басюк Д. І. Етногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Стійкий розвиток України: проблеми та перспективи*. зб. матеріалів доп. учасн. IV наук.-практ. конф. Кам'янець-Подільський. 2016. С. 121-123.
2. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*, 2012. №45. С. 128-132.
3. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія / за ред. Д.І. Басюк. Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 316 с.
4. Бідзіля Ю. Проблема міжкультурної комунікації в поліетнічному інформаційному просторі (на прикладі. Закарпаття). *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : філологія*. 2009. Вип. 21. С. 125-134.
5. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Современные направления теоретических и прикладных исследований - 2013»*. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pd>
6. Лесів А. Ковбаса з лекваром та суп із папороті. На Закарпатті можна скуштувати кулінарну екзотику. *Закарпаття онлайн*. URL: <https://zakarpattya.net.ua/Zmi/107457-Kovbasa-z-lekvarom-ta-sup-iz-paporoti>
7. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. Географія та туризм: наук. зб. / за ред. О.О. Любіцева. Київ: Альфа-ПК, 2018. Вип. 45. С. 150.
8. Марценюк А. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. *Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. академіка В. Лазаряна*. 2015. №3. С.76-82. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/8893/1/Martsenyuk.pdf>.
9. Поперечна Д. Гастрономічні прогнози-2018 від Федора Шандора. URL: [http://uzhgorod.in/ua/statti/2018/gastronomichni\\_prognози\\_2018\\_vid\\_fedora\\_shandora](http://uzhgorod.in/ua/statti/2018/gastronomichni_prognози_2018_vid_fedora_shandora)
10. Бідзіля Ю. М. Проблема міжкультурної комунікації в поліетнічному інформаційному просторі (на прикладі. Закарпаття). *Вісник Ужгородського національного університету*. 2009. Вип. 21. С. 125-134.
11. Стрішенець О. М. Маркетингове дослідження фінансово-економічних результатів та стратегічних позицій виробників кавової продукції в Україні. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том. 3. №3. С. 219-227.

12. Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні. URL: <http://agvt.nuft.edu.ua/>
13. Державна прикордонна служба України. Офіційний веб-сайт. URL <https://dpsu.gov.ua/>
14. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 років. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalna-strategiya-rozvytku-zakarpatskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/>
15. Сильна пасіка. URL: <https://pasika.pp.ua/>
16. Гастрономічний туристичний шлях. URL: [http://www.transcarpathiatour.com.ua/marshrut\\_gastr](http://www.transcarpathiatour.com.ua/marshrut_gastr)
17. Global Culinary Tourism Market 2019-2023. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20190129005605/en/Global-CulinaryTourism-Market-2019-2023-Growing-Popularity-of-Sustainable-and-OrganicCulinary-Tourism-to-Boost-Growth-Technavio>
18. Global Report on Food Tourism. URL: <https://tourlib.net/wto/food-tourism2012.pdf>
19. World Tourism Organization. URL: <http://www2.unwto.org/ru>

## References

1. Basyuk, D. I. (2016). *Ethnogastronomic tourism in Ukraine: trends and prospects*. Sustainable development of Ukraine: problems and prospects. collection of materials ext. participant IV scientific-practical conference. Kamenets-Podolsky.
2. Basyuk, D. I. (2012). Innovative development of gastronomic tourism in Ukraine. *Scientific works of the National University of Food Technologies*, 45, 128-132.
3. Basyuk, D.I. (Red.).(2017). *Wine and gastronomic tourism: global trends and local practices: a monograph*. Vinnytsia: PE "Edelweiss and K".
4. Bidzilya, Yu. (2009). Problema mizhkul'turnoyi komunikaciyi v polietnichnomu informacijnomu prostori (na prykladі. Zakarpattya). *Naukovy`j visny`k Uzhgorods`kogo universy`tetu. Seriya: filologiya*, 21, 125-134.
5. Kuklina, T. S. (19-30 bereznya 2013). *Gastronomic tourism in the tourist market of Ukraine*. Proceedings of the international scientific-practical conference "Modern areas of theoretical and applied research – 2013". Available at: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pd>
6. Lesiv, A. (2013). Sausage with liquor and fern soup. In Zakarpattia you can taste culinary exotics. *Zakarpattia online*. Available at: <https://zakarpattia.net.ua/Zmi/107457-Kovbasa-z-lekvarom-ta-sup-iz-paporoti>
7. Lyubiceva, O.O. (2018). *Gastronomic tourism of Zakarpattia: current state and prospects*. *Geography and tourism: scientific collection*. Kyiv: Alfa-PIK.
8. Marcenyuk, L. V. (2015). Problems and prospects of tourism development in Ukraine. *Visny`k of Dnipropetrovsk National University of Railway Transport. Academician V. Lazaryan*, 3, 76-82. Available at: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/8893/1/Martsenyuk.pdf>
9. Poperechna, D. (2018). Gastronomic forecasts for 2018 from Fedor Shandor. *Uzhgorod.in*. Available at: [http://uzhgorod.in/ua/statti/2018/gastronomichni\\_proгнози\\_2018\\_vid\\_fedora\\_shandora](http://uzhgorod.in/ua/statti/2018/gastronomichni_proгнози_2018_vid_fedora_shandora)
10. Bidzilya, Y. M. (2009). The problem of intercultural communication in the polyethnic information space (for example. Transcarpathia). *Visny`k of Uzhhorod National University*, 21, 125-134.
11. Strishenech, O.M. (2018). Marketing research of financial and economic results and strategic positions of coffee producers in Ukraine. *Ukrainian Journal of Applied Economics*, 3, Vol. 3, 219-227.
12. Association for the Promotion of Gastronomic and Wine Tourism in Ukraine. (n.d.). *Association for the Promotion of Gastronomic and Wine Tourism in Ukraine*. Available at: <http://agvt.nuft.edu.ua/>
13. State Border Guard Service of Ukraine. (n.d.). *State Border Guard Service of Ukraine*. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>
14. Regional development strategy of the Zakarpattia region for the period 2021-2027. (n.d.). *Ministerstvo rozvytku gromad ta terytorij Ukrainy*. Available at: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalna-strategiya-rozvytku-zakarpatskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/>
15. Strong apiary (n.d.). *Syl'na pasika*. Available at: <https://pasika.pp.ua/>
16. Gastronomic tourist route. (2021). Gastronomic tourist route. Available at: [http://www.transcarpathiatour.com.ua/marshrut\\_gastr](http://www.transcarpathiatour.com.ua/marshrut_gastr)
17. Global Culinary Tourism Market 2019-2023. (n.d.). *Technavio*. Available at: <https://www.businesswire.com/news/home/20190129005605/en/Global-CulinaryTourism-Market-2019-2023-Growing-Popularity-of-Sustainable-and-OrganicCulinary-Tourism-to-Boost-Growth-Technavio>
18. Global Report on Food Tourism. (n.d.). *UNWTO*. Available at: <https://tourlib.net/wto/food-tourism2012.pdf>
19. World Tourism Organization. (n.d.). *World Tourism Organization*. Available at: <http://www2.unwto.org/ru>

Статтю отримано 4 квітня 2021 р.



## НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ\*

**Черчик Лариса Миколаївна**

докт.екон.наук, професор  
завідувач кафедри менеджменту та адміністрування  
Волинський національний університет імені Лесі Українки  
вул. Винниченка, 28, м. Луцьк, Україна, 43000  
e-mail: cherchyk.larysa@vnu.edu.ua  
ORCID: <http://orcid.org/orcid.org/0000-0002-3901-216X>  
Author ID: 36068972700

**Лажнік Анжеліка Миколаївна**

магістрант, спеціальність 073 «Менеджмент»  
Волинський національний університет імені Лесі Українки  
Волинський національний університет імені Лесі Українки  
вул. Винниченка, 28, м. Луцьк, Україна, 43000  
e-mail: anzhela.nikityuk97@ukr.net

Система менеджменту туристичних підприємств має бути адаптована до широкого спектру туристичних послуг, динаміки туристичних потоків, тенденцій розвитку туристичного ринку, які постійно змінюються через нові тренди поведінкової та інклюзивної економіки, економіки вражень. Саме це зумовлює необхідність подальшого розвитку підходів до формування, удосконалення методів і технологій менеджменту туристичних підприємств, щоб забезпечити конкурентоспроможність як окремих послуг, туристичного продукту, так і туристичної сфери загалом. Метою статті є узагальнення та розвиток наукових підходів до формування систем менеджменту туристичних підприємств. Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять положення сучасної теорії менеджменту, економіки туризму, економіки вражень. У роботі використано системний підхід до дослідження процесів формування та розвитку системи менеджменту туристичних підприємств та сукупність методів, які забезпечують його реалізацію, а саме: логічного узагальнення, синтезу, аналізу та порівняння. Основні результати роботи полягають у визначенні підходів до формування менеджменту туристичних підприємств та обґрунтуванні їх специфіки, а саме: підходу, що базується на класичних функціях менеджменту; підходу, що базується на врахуванні особливостей туристичних послуг і туристичного продукту; підходу, що базується на сигналах ринкового середовища; підходу, що базується на принципах мікросоціального управління; підходу, що базується на стандартах світового менеджменту; безпекового підходу; підходу, що базується на принципах економіки вражень. Уточнено змістовне наповнення менеджменту туристичних бізнес-структур, що базується на принципах економіки вражень, а саме: споживчої лояльності, тісного емоційного зв'язку між клієнтами та послугами, персоналізації туристичного продукту. Висновок: на основі опрацювання наукових та аналітичних джерел виявлені перспективні напрями розвитку систем менеджменту туристичних підприємств. Встановлено, що сучасним туристичним підприємствам при удосконаленні систем менеджменту доцільно враховувати нові тренди інклюзивного розвитку, поведінкової економіки, економіки вражень, щоб забезпечити як прийнятний рівень прибутковості діяльності, так і довгострокову конкурентоспроможність.

**Ключові слова:** туристичні підприємства, менеджмент туристичних підприємств, підходи до формування систем менеджменту, економіка вражень.

**Постановка проблеми.** Успішна діяльність туристичних підприємств можлива лише за умови ефективного управління ними. Класичні методи менеджменту туризму, які базуються на критеріях якості туристичних послуг, своєчасності їх надання, повноти врахування потреб туристів під час подорожі, безпечності

та комфорту, актуальні й нині, проте їх форми, умови застосування змінюються і це необхідно враховувати, щоб забезпечити конкурентоспроможність як окремих послуг, турпродукту, так і туристичної фірми загалом. Система менеджменту туристичних фірм має бути адаптована до широкого спектру

\* **Cite as:** Cherchyk, L., Lazhnik, A. (2021). Scientific Approaches to the Formation of Management of Tourist Enterprises, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism.* 13, 209-215. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-21>

туристичних послуг, динаміки туристичних потоків (зовнішніх і внутрішніх), тенденцій туристичного ринку [20]. Водночас сучасні тенденції розвитку туристичного ринку, актуалізація трендів поведінкової та інклюзивної економіки, економіки вражень зумовлюють необхідність подальшого розвитку підходів до формування, удосконалення методів і технологій менеджменту туристичних підприємств.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Внесок у розробку теорії туристичного менеджменту зробили такі вчені як О. Бабчинська, А. Балдинюк [1, 2], А. Дяченко [6], В. Кіптенко [9], О. Король, М. Крачило [10], В. Пекар [13], М. Рега [19], І. Смачило [20], Г. Ткачук [21] та інші. У їх працях проаналізовано сутність та особливості діяльності туристичних підприємств, визначено специфіку управління персоналом у сфері туризму, обґрунтовано напрями підвищення ефективності туристичного менеджменту.

У науковій літературі найчастіше послуговуються терміном туристичний менеджмент і визначають його як:

- особливу діяльність, цілеспрямований вплив на працівників, координацію операцій туристичних підприємств в умовах ринку для досягнення мети й одержання прибутку (О. Король, М. Крачило [10, с. 9]);

- уміння досягти поставленої мети, використовуючи працю, інтелект, характер, мотиви поведінки працівників туристичного підприємства (О. Король, М. Крачило [10, с. 17]);

- ефективне управління, спрямоване на використання наявних ресурсів з максимальною ефективністю для досягнення поставлених цілей (В. Кіптенко [9]).

Особливості менеджменту туристичних підприємств обумовлені поліваріантністю туристичної діяльності, невизначеністю кінцевого результату, великою залежністю від партнерів (перевізників, представників готельно-ресторанного бізнесу тощо), а також необхідністю роботи зі споживачами послуг не тільки в момент продажу, але й в процесі реалізації.

Систему туристичного менеджменту формують структурні підрозділи, створені відповідно до розподілу обов'язків і координації виконання завдань, які забезпечать реалізацію цілей та досягнення мети туристичного підприємства. Основними функціональними елементами є стратегічне планування; організація діяльності; координація роботи всіх підрозділів; управління персоналом; розробка нових туристичних послуг; збір і використання інформації, необхідної для підготовки і прийняття управлінських рішень [9, 10].

Змістовне наповнення туристичного менеджменту уточнюють його особливості: націленість на максимально можливе

задоволення специфічних потреб конкретного клієнта; створення можливостей і умов для виробництва туристичного продукту; необхідність узгодження інтересів усіх залучених у процес надання послуги сторін; визначальна роль менеджерів туристичних фірм у виявленні реальних потреб клієнтів, визначенні загальних тенденцій формування попиту та можливостей туристичних фірм його задовольнити.

**Метою статті** є узагальнення та розвиток наукових підходів до формування систем менеджменту туристичних підприємств.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Аналіз особливостей функціонування туристичних підприємств свідчить про наявність суттєвих особливостей, тому механічно застосувати моделі управління з інших сфер діяльності у сферу туризму неможливо.

На основі вивчення наукових джерел, практики формування систем менеджменту туристичних операторів України, нами визначено такі основні підходи до формування менеджменту туристичних підприємств.

1. Підхід, що базується на класичних функціях менеджменту: планування, організування, мотивування і контролювання.

А. Дяченко обґрунтувала особливості реалізації цих функцій туристичними підприємствами [6]. Доповнивши їх, сформуємо власне бачення. Зокрема, планування включає кілька аспектів: вивчення потреб потенційних споживачів, попиту на різні туристичні послуги, що визначатиме наповнення та спрямування турпродукту; стратегічне планування напрямів функціонування на окремих сегментах туристичного ринку; визначення стратегічних зон діяльності; планування додаткових сервісних послуг залежно від індивідуальних запитів та потреб туристів; планування турів з урахуванням особливостей національних культур зарубіжних споживачів; планування турів з урахуванням можливостей вітчизняних споживачів; планування пакетів турпродуктів з урахуванням сезонності; планування обсягів надання послуг; календарне планування.

Організування як функціях туристичного менеджменту теж має кілька аспектів: формування ефективної організаційної структури туристичного підприємства, достатньої для забезпечення якості та своєчасності виконання своїх зобов'язань перед партнерами та споживачами; організування розробки та реалізації турпродукту; організування турів; організування співпраці з підприємством-бізнес-партнерами щодо реалізації турпродукту; застосування франчайзингу; координація дій персоналу туристичних підприємств з відповідними працівниками підприємств-партнерів приймаючої сторони.

Основні аспекти стимулювання: стимулювання персоналу до креативної роботи з клієнтами та продукування креативних ідей щодо нових напрямів роботи; стимулювання персоналу до розробки нових турпродуктів; стимулювання персоналу до ефективної реалізації турпродуктів; стимулювання споживачів турпослуг, турпродуктів, використовуючи методи агресивного та креативного маркетингу.

Л. Дяченко виділяє такі напрями контролю: контроль поставлених цілей для забезпечення балансу інтересів туристичних підприємств, споживачів турпослуг, турпродуктів і суспільства; контроль неекономічних показників діяльності туристичних підприємств для оцінки економічної ефективності; контроль рекламно-інформаційної діяльності повинен для запобігання незадовільних результатів [6].

2. Підхід, що базується на врахуванні особливостей туристичних послуг і туристичного продукту. Однією з найважливіших особливостей туризму як об'єкта управління є специфіка туристичних послуг і туристичного продукту, що необхідно враховувати під час розробки системи управління туристичним підприємством, при встановленні стандартів обслуговування, навчанні персоналу тощо. Турпродукт створюється зусиллями багатьох організацій, залежних одна від одної. У результаті цього зростає значення кооперації як по горизонталі, так і по вертикалі, що полегшує надання послуг в комплексі. Основними позиціями є такі:

- оскільки послуга є результатом безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, то процес надання туристичної послуги (виробництво) відбувається паралельно зі споживанням, що вимагає як фахової підготовки персоналу, так і відповідного функціонального розподілу, або компонування підрозділів туристичних фірм;

- оскільки туристичні послуги нематеріальні, їх неможливо оцінити в момент купівлі, процес виробництва і надання послуги нерозривні, актуалізується потреба у формуванні, по-перше, активного зворотного зв'язку з клієнтами, по-друге, постійного моніторингу перебігу туру, етапів проходження маршруту тощо для швидкого реагування у разі потреби, а також для оцінювання якості надання послуг;

- неможливість збереження туристичної послуги потребує постійного вивчення кон'юнктури ринку, швидкого реагування на її зміни для забезпечення відповідності попиту та пропозиції [9, 10, 20].

Виходячи з цього, по-перше, формуються гнучкі горизонтальні системи менеджменту, де керівники та менеджери-виконавці – висококваліфіковані фахівці-комунікатори з креативним мисленням і здатністю швидко реагувати на зміни зовнішнього оточення,

застосовуючи інструменти ситуативного менеджменту.

3. Підхід, що базується на сигналах ринкового середовища достатньо близький до попереднього, проте має певні особливості. Такий тип менеджменту спрямований на використання наявних внутрішніх ресурсів і можливостей зовнішнього середовища з максимальною ефективністю для досягнення поставлених цілей в умовах інтенсивної конкуренції. Тому в основі такої системи менеджменту лежить стратегічний підхід, що передбачає постійний моніторинг чинників зовнішнього оточення (висока значимість суспільних факторів як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру), що можуть вплинути на зміну споживчих уподобань, а отже на кон'юнктуру ринку. Це актуалізує значущість маркетингового менеджменту в діяльності туристичних організацій. Водночас, у створенні турпродукту беруть участь досить багато інших підприємств, які мають свої інтереси та цілі. Тому суттєвою особливістю системи менеджменту туристичних підприємств є конгломеративний тип взаємодії, формування ефективних зовнішніх комунікацій для забезпечення ефективної діяльності.

4. Підхід, що базується на принципах мікросоціального управління. Як стверджують О. Король, М. Крачило, менеджмент – це вияв соціальної організації виробництва, теоретичною основою якого є результати соціальних і психологічних досліджень, що визначили основні напрями туристичного менеджменту: «виявлення мікросоціальної структури туристичного підприємства або його груп і взаємин між ними (соціально-професійні, кваліфікаційні, демографічні та культурно-освітні); формування малих груп як головної умови мобілізації колективних зусиль; підбір неформальних груп за результатами соціометричних досліджень» [10].

На практиці це відображається в гуманізації виробничих, ділових (комерційних) відносин з урахуванням індивідуального потенціалу кожного працівника, формуванні ділового партнерства як згуртування різних груп працівників для реалізації цілей і досягнення мети туристичної фірми, економічного децентралізму, що передбачає самостійність прийняття рішень кожним підрозділом туристичної фірми [10, с. 12-13].

5. Підхід, що базується на стандартах світового менеджменту. У Європейській хартії екологічно безпечного туризму на захищених територіях визначено пріоритети розвитку туризму в контексті дотримання стандартів екологічно безпечного, сталого розвитку. Основними її положеннями є: збережена для нинішніх та наступних поколінь захищених територій як загальнолюдської цінності; дотримання стандартів екологічності, безпеки,

потреб довілля, місцевих мешканців, місцевих підприємців та відвідувачів; недопущення знищення унікальної туристично-рекреаційної спадщини через загрози антропогенного навантаження. Принципи сталого розвитку туризму акцентують увагу на залученні представників туристичної індустрії до розвитку й управління територію [7, 8]. Особлива увага приділяється взаємодії туристичних підприємств з потенційними клієнтами стосовно надання туристичних послуг, створенню особливих (екологічно-зорієнтованих, сталих) туристичних продуктів, розвитку сталих видів підприємницької діяльності. Це визначає тренди формування систем менеджменту туристичних підприємств, які поєднують інформаційну, креативну, екологічну компоненти для забезпечення розвитку сталого туризму, що означає прийняття та втілення європейських умов господарювання, європейських стандартів сталого розвитку, критеріями якого є раціональна, еколого-безпечна, суспільно значима діяльність [3].

6. *Безпековий підхід.* Г. Ткачук, обгрунтовуючи особливості менеджменту туристичного бізнесу, акцентує увагу на значенні економічної безпеки, основними складовими якої є фінансова, кадрова, інформаційна, техніко-технологічна, політико-правова, екологічна й охоронна. Складність діяльності туристичних підприємств полягає в тому, що вони при формуванні турпродукту пов'язані з іншими фірмами, тому невиконання своїх обов'язків однією з них може негативно вплинути на весь ланцюжок турпослуг, «провал» туру [21]. Погоджуючись, зазначимо, що питання безпеки в діяльності туристичних фірм мають особливе значення. Якнайменше – це три напрями: забезпечення безпеки життя, здоров'я, майна клієнтів; управління безпекою ділових стосунків; управління безпекою власне турфірми. В основі системи менеджменту лежатиме безпековий менеджмент і такі його інструменти як діагностика ризику банкрутства, управління ризиками (в першу чергу – страхування клієнтів), інформаційний менеджмент, управління контрактами та договорами про співпрацю.

7. *Підхід, що базується на принципах економіки вражень.* Однією з найважливіших особливостей туризму як об'єкта управління є те, що туризм – це специфічна форма діяльності та взаємодії людей. Нині споживач хоче отримувати яскраві позитивні враження (wow-сервіс, wow-ефект). Тому під час розроблення системи менеджменту туристичного підприємства необхідно суттєво підвищувати споживчу лояльність, створювати тісний емоційний зв'язок між клієнтами та послугами, переходити на персоналізацію турпродукту [4, 5, 11-18, 23].

Застосовується навіть термін менеджмент вражень [2; 17, с. 232]. А. Балдинюк зазначає: «Менеджмент вражень передбачає розвиток особистісного фактору, розбиття колективу організації на такі команди, де кожен знає партнера та має враження від співробітництва... Відкритість, прозорість організації дозволяє покращити враження партнерів, постачальників, споживачів і навіть конкурентів» [2].

Основними акцентами таких систем менеджменту є маркетинг вражень. Цей вид маркетингу базується на застосуванні інструментарію маркетингових комунікацій. Приємні емоції роблять споживача лояльним до бренду, а масове залучення продуцентів і споживачів послуг до спільного створення унікальної споживчої цінності, яким є враження, розглядається як ключовий ресурс мережевого споживання [17, с. 232]. Над вказаними проблемами працювали О. Болотна [4], Є. Петренко [14-16], П. Петриченко [17], Ю. Поверіна, Н. Скригун [18], П. Чернозубенко [22], які досліджували теоретичні засади формування маркетингу вражень.

Функції менеджменту вражень А. Балдинюк подає відповідно відчуттів: стратегічне планування – мрія; цілепокладання забезпечує деталізацію мрії з конкретною направленістю на людину (мрії споживачів забезпечує маркетинг вражень; мрії менеджерів – кар'єрне зростання, мрії власників – розвиток бізнесу); організування (координування) – основне враження взаємодії та виконання кожним своїх обов'язків; мотивація – безпосередня функція відчуттів; контроль – система збалансованих показників на всіх рівнях менеджменту дасть можливість реалізувати враження контрольованості процесів та розуміння розвитку, почуття єдності та розуміння як місії, так і виконання поточних дій [2, с. 89-90].

Таким чином, менеджмент вражень – це нова парадигма менеджменту, яка формується під впливом сучасних трендів економіки вражень, що вимагає перегляду традиційних підходів, технологій та методів менеджменту у сфері туризму, розробки нових, креативних моделей менеджменту туризму.

**Висновки.** Опрацювання наукових та аналітичних джерел щодо сучасних проблем та перспектив розвитку систем менеджменту туристичних підприємств дозволило зробити низку узагальнень. Зокрема, при формуванні сучасних систем менеджменту туристичних підприємств доцільно: гнучко адаптуватись до змін зовнішнього середовища; орієнтуватись на ті ж тенденції, які притаманні іншим сферам економіки, впровадження новітньої техніки та інформаційних технологій; забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність, підвищувати якість усіх етапів роботи з

урахуванням нових трендів – інклюзивного розвитку, поведінкової економіки, економіки вражень, на основі яких створюючи інноваційні та конкурентоспроможні моделі менеджменту.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у визначенні підходів до формування менеджменту туристичних підприємств та обґрунтуванні їх специфіки, а саме: підходу, що базується на класичних функціях менеджменту; підходу, що базується на врахуванні особливостей туристичних послуг і туристичного продукту; підходу, що базується на сигналах ринкового

середовища; підходу, що базується на принципах мікросоціального управління; підходу, що базується на стандартах світового менеджменту; безпекового підходу; підходу, що базується на принципах економіки вражень.

Уточнено змістовне наповнення менеджменту туристичних підприємств, що базується на принципах економіки вражень, а саме: споживчої лояльності, тісного емоційного зв'язку між клієнтами та послугами, персоналізації туристичного продукту.

### **SCIENTIFIC APPROACHES TO THE FORMATION OF MANAGEMENT OF TOURIST ENTERPRISES**

**Larysa Cherchyk**, Doctor of Economics, professor Associate Professor, Head of Department of Management and Administration, Lesya Ukrainka Volyn National University, 28 Vynnychenko St., Volyn region, Lutsk, 43021, e-mail: cherchyk.larysa@vnu.edu.ua, ORCID: <http://orcid.org/orcid.org/0000-0002-3901-216X>, Author ID: 36068972700

**Anzhelika Lazhnik**, Master's degree, specialty 073 «Management», Lesya Ukrainka Volyn National University, 28 Vynnychenko St., Volyn region, Lutsk, 43021, anzhela.nikityuk97@ukr.net

The management system of travel companies should be adapted to a wide range of travel services, the dynamics of tourist flows, trends in the tourism market, which are constantly changing due to new trends in the behavioral and inclusive economy, the experience economy. This causes the further development of approaches to the formation, improvement of methods and technologies of management of tourism enterprises to ensure the competitiveness of individual services, tourism products, and the tourism sector as a whole. The article aims to generalize and develop scientific approaches to the formation of management systems for tourism enterprises. The theoretical and methodological basis of the study is the principles of modern management theory, tourism economics, the economics of experience. There was used a systematic approach to the study of the processes of formation and development of the management system of tourism enterprises and a set of methods that ensure its implementation, namely: logical generalization, synthesis, analysis, and comparison. The main result of the work is the determination of the approaches to the formation of the management of tourism enterprises and substantiate their specifics, namely: an approach based on the classical functions of management; an approach based on taking into account the peculiarities of tourist services and tourist product; an approach based on market environment signs; an approach based on the principles of microsocial management; an approach based on world management standards; security approach; an approach based on the principles of experience economics. The content of the management of tourist enterprises is based on the principles of the economy of experience, namely: consumer loyalty, close emotional connection between customers and services, personalization of the tourist product. Conclusion: promising areas for the development of tourism enterprise management systems were identified due to the study of scientific and analytical sources. It is defined that modern tourism enterprises in improving management systems should take into account new trends in inclusive development, behavioral economy, the experience economy, to ensure both an acceptable level of profitability and long-term competitiveness.

**Keywords:** tourist enterprises, management of tourist enterprises, approaches to the formation of management systems, the experience economy.

### **НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ МЕНЕДЖМЕНТА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Черчик Лариса Николаевна**, докт.экон.наук, профессор, заведующая кафедры менеджмента и администрирования, Волынский национальный университет имени Леси Украинской, ул. Винниченко, 28, г. Луцк, Украина, 43000, e-mail: cherchyk.larysa@vnu.edu.ua, ORCID: <http://orcid.org/orcid.org/0000-0002-3901-216X>, Author ID: 36068972700

**Лажник Анжелика Николаевна**, магистрант, специальность 073 «Менеджмент», Волынский национальный университет имени Леси Украинской, ул. Винниченка, 28, г. Луцк, Украина, 43000, e-mail: anzhela.nikityuk97@ukr.net

Система менеджмента туристических предприятий должна быть адаптирована к широкому спектру туристических услуг, динамике туристических потоков, тенденций развития туристического рынка, которые постоянно меняются через новые тренды поведенческой и инклюзивного экономики, экономики впечатлений. Именно это обуславливает необходимость дальнейшего развития подходов к формированию, совершенствованию методов и технологий менеджмента туристических предприятий, чтобы обеспечить конкурентоспособность как отдельных услуг, туристического продукта, так и туристической сферы в целом. Целью статьи является обобщение и развитие научных подходов к формированию систем менеджмента туристических предприятий. Теоретическую и методологическую основу исследования составляют положения современной теории менеджмента, экономики туризма, экономики впечатлений. В работе

использован системный подход к исследованию процессов формирования и развития системы менеджмента туристических предприятий и совокупность методов, обеспечивающих его реализацию, а именно: логического обобщения, синтеза, анализа и сравнения. Основные результаты работы заключаются в определении подходов к формированию менеджмента туристических предприятий и обосновании их специфики, а именно: подхода, основанного на классических функциях менеджмента; подхода, основанного на учете особенностей туристических услуг и туристского продукта; подхода, основанного на сигналах рыночной среды; подхода, основанного на принципах микросоциального управления; подхода, основанного на стандартах мирового менеджмента; безопасного подхода; подхода, основанного на принципах экономики впечатлений. Уточнено содержательное наполнение менеджмента туристических бизнес-структур, основанного на принципах экономики впечатлений, а именно: потребительской лояльности, тесной эмоциональной связи между клиентами и услугами, персонализации туристического продукта. Вывод: на основе обработки научных и аналитических источников выявлены перспективные направления развития систем менеджмента туристических предприятий. Установлено, что современным туристическим предприятиям при совершенствовании систем менеджмента целесообразно учитывать новые тренды инклюзивного развития, поведенческой экономики, экономики впечатлений, чтобы обеспечить как приемлемый уровень доходности деятельности, так и долгосрочную конкурентоспособность.

**Ключевые слова:** туристические предприятия, менеджмент туристических предприятий, подходы к формированию систем менеджмента, экономика впечатлений.

### Література

1. Бабчинська О., Балдинюк А. Удосконалення технології управління туристичним підприємством в умовах глобалізації. *Ефективна економіка*. 2011. № 11.
2. Балдинюк А.Г. Менеджмент вражень як стратегічний напрямок розвитку організації та її бренду. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. Випуск 6. Частина 2. 2014. С. 88-90.
3. Біла С.О. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні та перспективи підвищення їх конкурентоспроможності на світовому ринку. *Стратегія розвитку України*. № 1. 2016. С. 17-23.
4. Болотна О. Емоційний маркетинг як технологія управління поведінкою споживачів. *Ефективна економіка*. 2013. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2257>. (03.01.2021)
5. Боярська М. О. Сутність та визначення економіки вражень на сучасному етапі розвитку економіки України. *Молодий вчений*. 2016. № 4. С. 25-27. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_4\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_8)
6. Дяченко Л. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2012. Вип. 1. С. 217-224.
7. Європейська екотуристична мережа / European Ecotourism Network : URL: <http://www.ecotourism-network.eu/en-about-us/en-ecolnet> (03.01.2021)
8. Європейська хартія екологічно безпечного туризму на захищених територіях / European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas : URL: <https://www.europarc.org/sustainable-tourism/> (03.01.2021)
9. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : підручник. К. : Знання, 2010. 502 с.
10. Король О.Д., Крачило М.П. Менеджмент туризму : Навч. посіб. К. : Знання, 2009. 248 с.
11. Пайн II Б.Дж., Гилмор Дж. Економіка впечатлений. Как превратить покупку в захватывающее действие. Москва: Альпина Паблишер, 2018. 452 с.
12. Пайн Джозеф, Джеймс Х. Гилмор Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. М. : ИД «Вильямс», 2005. 304 с.
13. Пекар В. Введение в экономику впечатлений. *Маркетинг и реклама*. 2008. № 2. С. 33-39.
14. Петренко Е. Место рекламы в экономике впечатлений. *Известия УрГЭУ*. 2008. №1(20). С. 191-196.
15. Петренко Е. С. Экономика впечатлений выведет рестораны из кризиса. *Креативная экономика*. 2009. № 3 (27). С. 14-19.
16. Петренко Е. Создание продукта уникальной потребительской ценности на принципах экономики впечатлений. *Наука и ее роль в современном мире: материалы между. научно-практ. конф. Караганда : Болашак Баспа*, 2010. С. 43-48.
17. Петриченко П. Управління емоціями та враженнями клієнтів. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2014. Вип. 2 (53). С. 232-237.
18. Поверіна Ю., Скригун Н. Передумови виникнення та сутність маркетингу вражень. *Strategiczne pytania światowej nauki: materiały X Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. Przemysł: Nauka i studia*, 2014. Vol. 3. S. 3-4.
19. Pega M. Тенденції та перспективи розвитку управління підприємствами туристичної сфери в сучасному ринковому середовищі. *Молодий вчений*. 2015. № 5 (20). С. 72-75. URL: <http://molodyvchenu.in.ua/files/journal/2015/5/56.pdf>.
20. Смачило І. Шляхи удосконалення системи менеджменту туристичних організацій. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Сер. Географія*. 2010. Вип. 2 (28). С. 191-197.
21. Ткачук Г. Ю. Особливості менеджменту туристичного бізнесу URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6833/1/139.pdf>

22. Чернозубенко П. Закон Линуса. Маркетинг впечатлений. URL: <https://vc.ru/marketing/63873-zakon-linusa-marketing-vpechatleniy> (03.01.2021)
23. Яроміч С.А., Лахтіонова Т.М., Попель О.О. Інноваційні аспекти маркетингу вражень у сфері туристичних послуг. *Інфраструктура ринку*. 2018. Випуск 21. С. 203-207.

### References

1. Babchynsjka O., Baldynjuk A. (2011) Udoskonalennja tekhnologhiji upravlinnja turystychnym pidpryjemstvom v umovakh ghlobalizaciji [Improving the technology of tourism enterprise management in the context of globalization]. *Efficient economy*, 11.
2. Baldynjuk A.Gh. (2014) Menedzhment vrazhenj jak strateghichnyj naprjamok rozvytku orghanizaciji ta jiji brendu [Impression management as a strategic direction of development of the organization and its brand]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Economic Sciences Series*, 6. 88-90.
3. Bila S.O. (2016) Strateghichni priorityty rozvytku turystychnykh poslugh v Ukraїni ta perspektyvy pidvyshhennja jikh konkurentospromozhnosti na svitovomu rynku [Strategic priorities for the development of tourist services in Ukraine and prospects for increasing their competitiveness in the world market]. *Development strategy of Ukraine*. 1. 17-23.
4. Bolotna O. (2013) Emocijnyj marketyngh jak tekhnologhija upravlinnja povedinkoju spozhyvachiv [Emotional marketing as a technology for managing consumer behavior]. *Efficient economy*. 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2257>. (03.01.2021)
5. Bojarsjka M. O. (2016) Sutnistj ta vyznachennja ekonomiky vrazhenj na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukraїny [The essence and definition of the economy of impressions at the present stage of development of the economy of Ukraine]. *Young scientist*. 4. 25-27. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_4\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_8)
6. Djachenko L. (2012) Sutj ta osoblyvosti upravlinnja pidpryjemstvamy turystychnoji sfery [The essence and features of management of tourism enterprises]. *Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences*. 1. 217-224.
7. European Ecotourism Network : URL: <http://www.ecotourism-network.eu/en-about-us/en-ecolnet> (03.01.2021)
8. European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas. URL: <https://www.europarc.org/sustainable-tourism/> (03.01.2021)
9. Kiptenko V. K. (2010) *Menedzhment turyzmu* [Tourism Management]. K.: Znannja. (in Ukrainian)
10. Korolj O.D., Krachylo M.P. (2009) *Menedzhment turyzmu* [Tourism Management]. K.: Znannja. (in Ukrainian)
11. Pajn II B.Dzh., Ghylmor Dzh. (2018) *Экономика впечатлений. Как превратить покупку в захватывающую историю* [The economics of impressions. How to turn a purchase into an exciting action]. Moskva: Aljpyna Pablysher. (in Russian)
12. Pajn Dzhozef, Dzhejms Kh. Ghylmor (2005) *Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена* [The Economics of Impression. Work is a theater, and every business is a stage]. M.: YD «Vyljams». (in Russian)
13. Pekar V. (2008) Vvedenye v ekonomyku vpechatlenij [Introduction to the economy of impressions]. *Marketing and advertising*. 2. 33-39.
14. Petrenko E. (2008) Mesto reklamy v ekonomyke vpechatlenij [The place of advertising in the economy of impressions]. *Izvestia UrGEU*. 1 (20). 191-196.
15. Petrenko E. S. (2009) Экономика впечатлений выведет рестораны из кризиса [The economy of impressions will bring restaurants out of crisis]. *Creative economy*. 3 (27). 14-19.
16. Petrenko E. (2010) Sozdanye produkta unikalnoj potrebyteljskoj cennosti na pryncypakh ekonomyky vpechatlenij [Creating a product of unique consumer value on the principles of impression economy]. Science and its role in the modern world: materials between. scientific practice. conf. Karaganda: Bolashak Baspa, 43-48.
17. Petrychenko P. (2014) Upravlinnja emocijamy ta vrazhennjamy klijentiv [Management of emotions and impressions of customers]. *Bulletin of socio-economic research*. 2 (53). 232-237.
18. Poverina Ju., Skryghun N. (2014) Peredumovy vynyknennja ta sutnistj marketynghu vrazhenj [Prerequisites and the essence of impression marketing]. Strategiczne pytania swiatowej nauki: materiały X Międzynarodowej naukow-praktycznej konferencji. Przemysł: Nauka i studia,. 3. 3-4.
19. Regha M. (2015) Tendenciji ta perspektyvy rozvytku upravlinnja pidpryjemstvamy turystychnoji sfery v suchasnomu rynkovomu seredovyshhi [Trends and prospects for the management of tourism enterprises in the modern market environment]. *Young scientist*. 5 (20). 72-75. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/5/56.pdf>.
20. Smachylo I. (2010) Shljakhy udoskonalennja systemy menedzhmentu turystychnykh orghanizacij [Ways to improve the management system of tourist organizations]. *Scientific notes of Ternopil National Pedagogical University named after Vladimir Hnatiuk*. Ser. Geography. 2 (28). 191-197.
21. Tkachuk Gh. Ju. Osoblyvosti menedzhmentu turystychnogho biznesu [Features of tourism business management]. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6833/1/139.pdf>
22. Chernozubenko P. (2013) Zakon Lynusa. Marketyngh vpechatlenij [Linus law. Marketing impressions]. URL: <https://vc.ru/marketing/63873-zakon-linusa-marketing-vpechatleniy> (03.01.2021)
23. Jaromich S.A., Lakhionova T.M., Popelj O.O. (2018) Innovacijni aspekty marketynghu vrazhenj u sferi turystychnykh poslugh [Innovative aspects of impression marketing in the field of tourist services]. *Market infrastructure*. 21. 203-207.

## AFRICA AT THE WORLD TOURISM MARKET IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION\*

**Svitlana Iurchenko**

PhD (Geography), Associate Professor  
V.N. Karazin Kharkiv National University  
Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022  
e-mail: s.a.iurchenko@karazin  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3709-4317>

**Olena Iurchenko**

Applicant  
V.N. Karazin Kharkiv National University  
Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022  
e-mail: el-tour@hotmail.com

**Anna Kondrova**

PhD (Geography), Associate Professor  
Moscow Pedagogical State University  
M. Pirogovskaya Str. 1/1, Moscow, 119991, Russian Federation  
e-mail: ae.kondrova@mpgu.su  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0535-678X>

Tourism is a promising industry in the countries of African continent. It contributes to their economic growth and improves the living conditions of the population. The subject of the study is the tourism market in Africa. The purpose of the article is to show Africa's place at the world tourism market and to analyze trends of tourist activity in the region in the context of globalization. To achieve the goal, the following tasks were solved: to show factors affecting tourism activities in Africa, to analyze main parameters and trends of international tourism development in the region and its subregions in comparison with the world, to identify the impact of tourism on the economy of African countries. The following methods were used: comparative; historical – to identify trends in development of international tourism in Africa, statistical – to study the interdependence between quantitative indicators of tourism development in African countries; analysis and synthesis – to identify the relationship of processes occurring in tourism markets, systematic approach – to reveal the features of international tourism development in the context of globalization. The following results were obtained: periods of decline and growth of tourism activity in the continent as a whole, its macroregions and individual countries were identified; main areas of tourism and travel, main problems of tourism development were identified; connection between GDP and tourism development indicators in African countries was calculated; impact of COVID-19 on tourism business development in Africa was shown. Conclusions: international tourism is actively developing in Africa, making a significant contribution to GDP and employment. However, level of tourism development depends on a number of internal and external factors and lags behind the world average and other tourism subregions. There is a need to develop effective tourism policies in each country of the continent and its subregions.

**Keywords:** globalization, tourism, international tourism, world tourism market, Africa, African tourism subregions, tourist arrivals, tourism revenues.

**Formulation of the problem.** Africa accounts for 20% of the world's land mass, 16% of the population and only about 4% of global GDP [18]. This, on the one hand, shows the inability of countries to engage the existing potential in continent development, and on the other hand, emphasizes the great opportunities, as well as the emergence of risks in the future.

The population (1.3 billion people) lives in 54 countries, varying in language, culture, religion,

level of socio-economic development and stability. Africa is home to 19 of the Top 20 Fastest-Growing Populations in the world. According to forecasts, the population of this demographically young continent in 2020-2050 will increase to 2.5 billion people. (by 87%) [22], and in 2025 the proportion of the population under 24 years old will be 60%. By the middle of the 21st century, every third person in the world between the ages of 15 and 35 will live in Africa [15].

\* **Cite as:** Iurchenko, S., Iurchenko, O., Kondrova, A. (2021). Africa at the World Tourism Market in the Context of Globalization, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 216-227. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-22>



But if Africa lags behind economically, it will continue to be a source of instability and extremism on a global scale. In turn, positive processes in the countries of African region can be a significant source of growth for the entire world. It is therefore important for Africa to decide on the development of priority sectors of the economy in order to take its rightful place in the global world.

In the global services trade market, tourism is a fast-growing industry. In 2019, Travel & Tourism (T&T) accounted for 6.8% of total exports, 28.3% of global services exports and 4.3% of total investment [17]. Since the end of the 20th century, it has developed rapidly in many regions and countries of the world, including African countries. This is due to the revival of the world economy, development of tourism infrastructure, spread of the Internet, mobile communications, availability of airline tickets, facilitation of visa regimes, etc. The active inclusion of this continent in a system of international tourist market requires a careful analysis of this phenomenon, because tourism and related industries are an important factor in solving its socio-economic problems and economic policy.

**Analysis of recent research and publications.** The works of I. Abramova, L. Fituni, A. Bgatov, R. Verdiev, N. Jackson, P. Ivans, D. Karakhanyan, I. Chris, P. Crompton, V. Melyantsev, F. Soyti, Y. Sologub, R. Fey, D. Honen and others are devoted to the study of tourism in Africa. L. Maksimova analyzes the problems of development of the hospitality industry in the countries of equatorial and southern Africa [6]. O. Konstantinova considers the development of tourism in Africa as an

important direction of inclusive development of the continent, which can positively affect the development of the economies of this region and the world as a whole [4]. A. Aleksandrova singles out five main types of countries according to the level of development of international tourism. The fifth type includes developing countries on the periphery of the world tourist space with a low level of development of international tourism of enclave character. Here only the countries of East and Southern Africa (Botswana, Zimbabwe, Kenya, Namibia, Tanzania and Uganda) with unique natural potential and specialization on nature-oriented tourism are considered [1]. In our opinion, many other African countries can also be referred to this group. The study of trends, spatial organization, forms and directions of tourism development continues to be relevant because of the lack of development of tourism problems in the region.

**The purpose of the article** – to show Africa's place in the world tourism market and analyze trends in tourism activities in the region under conditions of globalization.

**Research results.** The development of international tourism is characterized by extreme unevenness in spatial and temporal relations. And, first of all, it is so due to different levels of social and economic development of countries and regions [12; 13]. Europe continues to occupy the leading position in the world tourist market, though its role is gradually weakening. This region accounts for more than half of the world's tourist arrivals and about 2/5 of foreign exchange earnings (Table 1, Table 2).

Table 1

**International tourist arrivals by region**

	Million			Share, %	Change, %		Av. annual growth, %
	2010	2018	2019	2019	18/17	19/18	2010-2019
World	956	1,408	1,460	100	5.7	3.7	4.8
Advanced economies	515	762	776	53.2	4.1	1.9	4.7
Emerging economies	441	647	684	46.8	7.6	5.7	5.0
Europe	491.2	716.3	744.0	51.0	5.9	3.9	4.7
Asia and the Pacific	208.2	347.5	361.6	24.8	7.2	4.1	6.3
Americas	150.3	215.9	219.3	15.0	2.4	1.5	4.3
Africa	50.4	68.6	70.0	4.8	8.3	2.0	3.7
Middle East	56.1	60.1	65.1	4.5	4.3	8.3	1.7

Developed by the author on the basis of: [22]

Table 2

**International tourism receipts by region**

	USD billion			Share (%)	Change (%)*	
	2010	2018	2019	2019	18/17	19/18
World	980	1,460	1,481	100	5.0	2.5
Advanced economies	644	948	946	63.8	4.1	1.6
Emerging economies	336	512	536	36.2	6.5	4.3
Europe	427.5	572.4	576.4	38.9	4.9	4.5
Asia and the Pacific	254.3	436.5	443.2	29.9	8.8	1.1
Americas	215.2	338.2	341.8	23.1	0.4	-0.1
Africa	30.4	38.9	38.4	2.6	2.6	0.8
Middle East	52.2	74.5	81.5	5.5	6.0	8.5

\* In local currencies, constant prices (real terms)

Developed by the author on the basis of: [22]

Developing countries are ahead of developed countries in terms of growth rates of international tourist arrivals and revenues from tourism. Africa's competitive advantages in tourism compared to other regions are shaped by:

- the proximity of Europe and Asia, major consumers of tourism services;
- uniqueness of historical and cultural attractions;
- diversity of exotic nature, including unique wildlife;
- ethnic traditions of numerous local peoples, distinguished by their unusual culture and history;
- diversity of non-standard routes;
- favorable climatic and natural features that allow vacationing on the beaches of many African coastal areas throughout the year.

Africa is still an underdeveloped, young but attractive, fast-growing and promising tourist region. Here, the number of tourist arrivals rose from 14.8 million in 1990 to 26.5 million in 2000 and to 49.4 million in 2010. [25]. Socio-economic, political and military instability, acts of terrorism and sometimes ecological disasters in some countries of the continent affect the tourism development. Periods of growth alternate with decline or stagnation. For example, in the 1980s, because of the spread of AIDS the number of tourist arrivals decreased. In order to attract tourists, African operators began to lower prices. As a result, the growth of revenues from tourism lagged behind the growth of arrivals. Since the mid-1990s, there has been a revival in the African tourism market.

At the beginning of the 21st century, active tourism advertising, improvement of the quality of tourism products and services, liberalization and growth of air transport capacity, opening of cheap flights linking African countries with the main European destinations, as well as euro's strengthening had a general impact on the growth of tourism activities in Africa. But because of the frequent shocks of different nature, its tourism market has been unstable. This was negatively affected by: the global crisis of 2008-2009, the events of the "Arab Spring" in North Africa in 2010-2011; the outbreak of Ebola in West Africa in 2013-2014, terrorist attacks in Tunisia (2015), Nigeria (2011, 2015-2017), Somalia (2015), etc.

In 2019, Africa ranked 4th in tourist arrivals (4.8% of global traffic) and 5th in international tourism revenue (2.6% of global revenue) among the 5 tourist macro-regions of the world. During the year, 70.0 million tourists crossed Africa's borders, which is 38.9% more than in 2010. In terms of growth in tourist arrivals for 2018-2019, Africa was second only to America and to the entire group of developed countries, but it was ahead of the Middle East in terms of average annual growth and significantly behind the entire group of developing countries. International tourism revenues fared even worse, but in terms of growth for 2018-2019, Africa was ahead of America, but has a minimal share of the global tourism market [28].

The total contribution of tourism to Africa's GDP in 2019 was US\$168.5 billion. This is below the global average of 10.3% (Table 3).

Table 3

**T&T Contribution to GDP and Jobs (2019)**

	Contribution to GDP (US\$)	T&T % of GDP	T&T GDP growth (%)	Jobs in T&T 2019 (mn)	T&T % of country employment
Africa	168.5 billion	7.1	2.2	24.6	6.8
Sub-Saharan Africa	107 billion	6.5	2.1	19.7	6.4
North Africa	61 billion	8.5	2.4	4.9	9.3
World	8.9 trillion	10.3	3.5	330	10.4

Developed by the author on the basis of: [24]

Africa's GDP of T&T growth rate in 2019 was lower than the global economy (2.5%) and global tourism (3.5%). Health problems and armed conflicts are having an impact. The continent's largest contributors to GDP were Egypt (US\$29.5 bn), South Africa (US\$24.6 bn) and Nigeria (US\$18.1 bn). With an average growth of 2.2%, the first place in Africa and the sixth in the world was taken by Tunisia, where the GDP of travel and tourism grew by 12.9%, outpacing the overall economic growth of 1.3%. The Tunisian government's measures to enhance security at tourist resorts and their ability to respond promptly to any threats had a positive impact on tourism in the country.

Rwanda also had a high GDP of T&T growth rate in 2019 (10.9%), where the government is focusing on sustainable tourism development. This has led to the creation and development of public, private and community partnerships, supporting local communities with tourism projects and contributing to the restoration and expansion of parks and nature conservation. Tourism in Kenya is actively developing (growth of 4.9% in 2019) as a result of the development of communication and prioritization by the government in this area, attracting private sector investments in projects related to the tourism sector [28].

In 2018, Ethiopia had the highest growth rate of the travel and tourism economy in the continent (48.6% in 2018) as well as the highest economy growth rate in the world. This was possible mainly due to an increase in the flow and expenditures of international tourists due to the policy of easing the visa regime, development of infrastructure, transformation of Ethiopia into a regional transport hub [27].

Close ties between economic entities of different hierarchical levels increase the multiplier effect. As a result, they receive economic benefits at the national level, new jobs are created and well-being of the population at the local level is increased. However, the links between tourism and other sectors of the economy are poorly developed in most African countries. Therefore, part of the added value created in the tourism industry goes to foreign investors and airlines, international tour operators. And only a small part of it stays in the country itself and reaches the poorer segments of the population. Expanding ties would help create new jobs for women and youth, as well as for poor citizens.

The tourism sector, with its high labor intensity in terms of employment, has enormous potential on the continent. Creating new jobs, employing low-wage and unskilled workers is especially important for agricultural and remote areas, as well as for solving the unemployment problem. In 2018, the direct contribution of tourism to employment in Africa was about 10 million people [5], and the total contribution was 24.6 million (Table 3). Thus, one in every 14-15 jobs on the continent is related to tourism. However, this is significantly lower than the world average (every 10th job) [28]. The creation of new jobs in the tourism-related industries will have a positive impact on reducing unemployment, poverty and bridging the gap between regions, rural areas.

The key problem for the development of the tourism industry is training of qualified personnel. For this purpose, schools of tourism and hospitality are created. At the same time, tourism employers often assume the cost of staff training.

A significant contribution to the development of tourism is made by women. In the G20 countries,

they account for almost 50% of total employment in T&T, which is 7% more than employment in the economy as a whole [29]. In Africa, women account for 60-70% of total employment in tourism industry, 30.5% of total employers (or 20.8% of women). About 50% of workers in the tourism industry are 25 years of age or younger. Of these, 47% work in accommodation and catering sectors.

Youth unemployment is a serious problem. Therefore, it is important that the tourism industry broadens horizons for youth employment. According to forecasts, by 2030 the share of Africans aged 15-25 years will reach 42% [11; 16]. Creation of new jobs for young people, taking into account their level of education and training, spread of informal internship programs in production will make young people in demand among employers in the tourism sector.

The possibilities of this region were very well reflected by the head of UNWTO Zurab Pololikashvili: "Africa has everything to position itself as a world leader in tourism. ... And African cities are real centers of innovation... With a concerted approach, we can expect the number of international tourists in Africa to reach 135 million by 2030" [8].

The main areas of tourism development on the continent include the following: nature/adventure, environmental, sightseeing (cognitive), cultural with visits to historical and cultural monuments, business, diaspora, beach, health, ethnic, safari tours, domestic and intra-regional tourism.

UNWTO in Africa identifies two major tourist sub-regions: 1) North Africa (without Egypt and Libya); 2) Sub-Saharan Africa. They differ in the volume and pace of tourism development. Sub-Saharan Africa is ahead of North Africa in terms of tourist arrivals and revenues from tourism (Table 4). It accounts for 63.3% of the continent's tourist flow and 70.1% of its tourism income. In this subregion, tourist arrivals increased 2.8 times between 2000 and 2019, and 1.4 times between 2010 and 2019 – 1.4 times with an average annual growth rate of 4.2%. In North Africa, similar figures are much lower. Accordingly, they were: 2.5 times; 1.3 times and 3.0%.

Table 4

**International tourist arrivals among Africa's tourist subregions**

	Million					Share, % 2019	Change %		Av. annual growth, % 2010-2019
	2000	2010	2017	2018	2019		18/17	19/18	
Africa	26.2	50.4	62.7	68.6	70.0	4.8	8.3	2.0	3.7
North Africa	10.2	19.7	21.7	24.1	25.6	1.8	11.1	6.4	3.0
Sub-Saharan Africa	16.0	30.7	41.1	44.5	44.3	3.0	6.8	0.4	4.2

Developed by the author on the basis of: [22]

In 2019, total revenue from international tourism in African tourism macroregion was US \$38.4 billion, or 2.6 percent of global tourism

revenue (Table 5). The regional distribution of tourism revenues is proportional to the number of tourist arrivals. In general, their growth rate in

both subregions was less significant than the growth rate of tourist arrivals. Between 2010 and

2019, they increased by 29.3% in Sub-Saharan Africa and by 18.5% in North Africa.

Table 5

**International tourism receipts among Africa's tourist subregions**

	USD billion					Share, % 2019	Change*, %	
	2000	2010	2017	2018	2019		18/17	19/18
Africa	10.8	30.4	36.4	38.9	38.4	2.6	2.6	0.8
North Africa	...	9.7	9.9	10.7	11.5	0.8	4.7	9.6
Sub-Saharan Africa	...	20.8	26.5	28.1	26.9	1.8	1.8	-2.6

\*real terms

Developed by the author on the basis of: [22]

In 2019, South Africa (14.797 million), Morocco (13.109 million), and Tunisia (9.429 million) had the top tourist numbers among individual countries in African tourism macroregion, accounting for 52.4% of total arrivals [7] (Fig. 1), while the top 10

accounted for 73.5%. A dramatic change occurred in Tunisia, which had 7.163 million arrivals and lost about 1.8 million by 2016 due to terrorist attacks. On the continent as a whole, Egypt ranked second in terms of tourist arrivals (13.026 million).

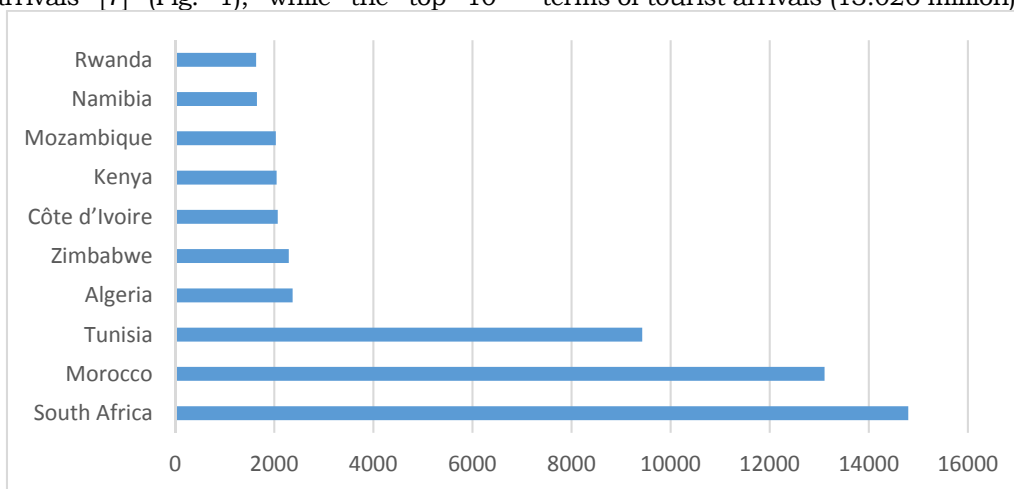


Fig. 1. The number of arrivals of international tourists in 2019, thousand

Developed by the author on the basis of: [7]

Among Africa's tourism subregions, Morocco (US\$10.013 billion) and South Africa (US\$9.064 billion), received the highest international tourism revenues in 2019. These two countries accounted for 74.7% of total revenues, and the top 10 countries

accounted for 85.2% (Fig. 2). In third place, Tunisia (US\$2.683 billion) lags far behind. But on the continent as a whole, Egypt (US\$14.256 billion) ranked first in terms of revenues, significantly ahead of the other countries [7].

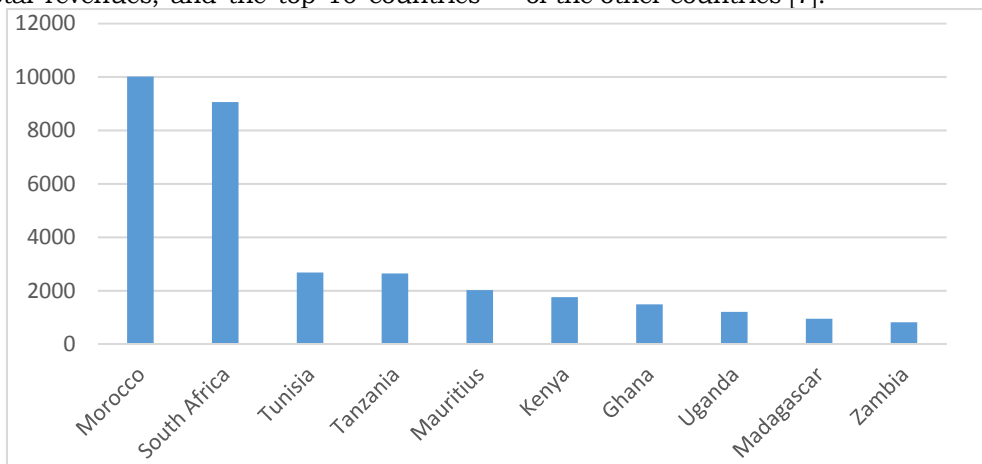


Fig. 2. Top 10 African countries in terms of international tourism revenues in 2019, USD million

Developed by the author on the basis of: [7]

Calculations of paired correlation coefficients (R) indicate the presence of dependence between

the indicators of tourism development in African countries (Table 6).

Paired correlation coefficients

Indicator	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	0.82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	0.65	0.90	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	0.68	0.90	0.99	-	-	-	-	-	-	-	-
5	0.64	0.89	0.997	0.98	-	-	-	-	-	-	-
6	0.47	0.72	0.83	0.82	0.81	-	-	-	-	-	-
7	0.88	0.92	0.92	0.92	0.91	0.75	-	-	-	-	-
8	0.82	0.89	0.93	0.93	0.92	0.82	0.98	-	-	-	-
9	0.78	0.65	0.67	0.63	0.68	0.55	0.79	0.78	-	-	-
10	0.80	0.71	0.74	0.71	0.75	0.62	0.84	0.85	0.99	-	-
11	0.86	0.93	0.89	0.90	0.89	0.68	0.98	0.94	0.77	0.81	-

1. GDP in constant prices in 2010, USD
2. Number of tourist arrivals, total
3. International tourism, income at current prices, USD/year
4. International tourism, income from trips and purchases, USD
5. Expenses of international tourists within the country in constant prices in 2011, billion USD
6. Government spending at constant prices in 2011, billion USD
7. Total contribution of tourism and travel to GDP in constant prices in 2011, billion USD
8. Direct contribution of tourism and travel to GDP at constant prices in 2011, billion USD
9. Total contribution of tourism and travel to employment, thousand people
10. Direct contribution of tourism and travel to employment, thousand people
11. Capital investment in tourism at constant prices in 2011, billion USD

A very strong relationship is observed between GDP and number of arrivals ( $R = 0.82$ ); total ( $R = 0.88$ ) and direct ( $R = 0.82$ ) contribution of tourism and travel to GDP; total ( $R = 0.78$ ) and direct ( $R = 0.82$ ) contribution of tourism and travel to employment ( $R = 0.80$ ) and capital investment in tourism ( $R = 0.86$ ). A medium strength relationship is evident between GDP and international tourism revenues in general ( $R = 0.65$ ); international tourist travel and shopping revenues ( $R = 0.68$ ); international tourist domestic spending ( $R = 0.64$ ) and government spending on tourism ( $R = 0.47$ ). Total contribution of tourism and travel to GDP is closely related to direct contribution of tourism and travel to GDP ( $R = 0.98$ ); total ( $R = 0.79$ ) and direct ( $R = 0.84$ ) contribution of tourism and travel to employment; and capital investment in tourism ( $R = 0.98$ ).

Statistics show that in the world most international travel is done within one's own region. In Africa, four out of ten international tourists are African nationals from other countries

of the continent, including two out of ten in North Africa and two out of three in Sub-Saharan Africa [16]. With the growth of the welfare of the population, size of middle class and its income, expansion and modernization of transport infrastructure, opportunities for increasing intra-regional and continental tourism are increasing. Regional integration of African countries contributes to development of business tourism. For example, Ghana and Nigeria in the framework of ECOWAS (The Economic Community of West African States) attract business tourists from neighboring countries. As a result, the expenditure of such tourists in Nigeria increased by more than 300% between 2000 and 2015 [16].

Africa attracts tourists from all over the world. Because of its proximity to Europe and Asia, tours of the northern part of the continent (including Egypt) are the most popular. In North African tourism macro-region, the position of Morocco and Tunisia is strengthening rapidly due to the increasing flow of European visitors. This trend has especially intensified after the lifting of negative travel advisories to Tunisia [21].

In recent years, Europeans are visiting southern Africa more often, as it is more colorful and interesting. Tourists are interested in the diversity of the natural environment: rainy tropics and hot deserts, unique waterfalls and canyons, beautiful mountains and caves, rich flora and fauna, parks and nature reserves, which occupy large areas. They do not remain indifferent to the numerous sites of historical and cultural heritage, buildings of ancient peoples, aboriginal settlements (Pygmies, Bushmen, Maasai, Himba) living in the wilderness, traditions, life, rituals of local people, as well as exotic cuisine. African deserts Sahara and Namib with very hot climate attract extreme tourists, where they travel on motorcycles or Jeeps [9].

In Sub-Saharan Africa, Kenya, Cote d'Ivoire, Togo, Uganda and Zimbabwe have made positive

strides in international tourism thanks to the development of air transport and improved security. Kenya attracts many tourists with its Great Safari, and at Cape of Good Hope in South Africa you can see penguins in person. In Tanzania, Namibia, Uganda, South Africa and some other countries there are many nature reserves, national parks where you can observe a variety of animals, birds, fish and amazing insects in natural conditions. In these places hotels are open all year round for tourists.

Fishing, diving and watching rich underwater world of Indian Ocean is well organized in coastal

cities of Kenya, Mozambique, Tanzania and South Africa. Tourism on the islands of Madagascar, Mauritius, Cape Verde, Réunion, Comoros and Seychelles is actively developing thanks to the expansion of air communication [21].

Development of international tourism in many African countries is used to solve both domestic and regional economic and political problems. The tasks in the field of tourism in Africa at different hierarchical levels are reflected in Table 7, which shows importance of this industry for the economies of individual countries and the macro-region as a whole.

Table 7

#### Tasks in the field of tourism in Africa at different hierarchical levels

Level	Tasks
Continental	According to the objectives of the African Union by 2063 and its New Partnership program, tourism will be an important factor for socioeconomic development and structural change on the continent through creation of new jobs, recruitment of women and youth in the industry, and acceleration of growth in other productive sectors. Overall, tourism will contribute to reducing poverty, promoting trade and fostering regional integration.
Regional	Tourism is important for socio-economic development, as reflected in documents of some regional economic communities, namely: <ul style="list-style-type: none"> <li>- The 1998 Southern African Development Community Protocol on Tourism,</li> <li>- Program of Sustainable Tourism Development of common market among countries of East and Southern Africa,</li> <li>- 2013-2023 Master Plan on Sustainable Tourism Development by Intergovernmental Authority.</li> </ul>
National	Many African countries have national development plans for the future, which define policies and sectoral priorities, indicating the important role of tourism.

Developed by the author on the basis of: [16]

In report «The Economic Development in Africa Report 2017: Tourism for Transformative and Inclusive Growth», prepared by the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), it is argued that tourism in Africa can complement diversified economic development and structural transformation strategies and become a promising area for inclusive growth. The report also states that in order to remove barriers and impediments to the development of the tourism sector in Africa, it is necessary to focus on the following tasks: 1) strengthen cross-sectoral linkages; 2) enhance the potential of tourism to foster more inclusive growth; 3) deepen regional integration by leveraging intra-regional tourism opportunities; and 4) promote peace and stability on the continent for tourism development [16].

Safety of travel plays an important role for tourists. On «Tourist Risk Map», which warns about the potential risks for foreign tourists abroad, in 2020 Libya and Somalia were ranked as the most dangerous places on the planet. They rank last in all three categories: personal safety, road safety and medicine. It should also be noted that the countries with the highest risk of health problems, disease and viral illnesses for foreigners include: Guinea, Niger, Liberia, Sierra Leone, Central African Republic, Eritrea and South

Sudan. Countries with extreme personal safety risks in Africa include: Somalia, Libya and parts of Nigeria. African countries stand out among other countries in the world for the greatest risk of getting into an accident [2].

During the revolutionary events in Africa, resorts in Greece, Spain, Turkey and the UAE become more popular among tourists. According to Tuespana (Spanish Institute of Tourism), in the first weeks of Tunisian revolution due to the riots about 600 – 650 thousand tours were redirected to other countries. 400 thousand tourists from UK, who used to regularly spend their holidays in Egypt and Tunisia, went to Spain instead. About 250,000 Germans visited the Canary Islands instead of North African countries [20].

According to M. Katkova, the general director of Kilimanjaro LLC, Africa has «underdeveloped infrastructure and, above all, the hotel base. At the same time, the cost of the whole package with flight is high – a trip for one person costs an average of US\$5000. Those who can afford such a trip are wealthy, capricious, spoiled, they want luxury» [6].

Africa's private sector attracts investment, much of it coming from Europe and the United States. Return on investment is one of the highest in the world [26]. A significant share of investment

in tourism sector goes to accommodation sector (hotels, resorts, lodges, etc.). Hotel industry is developed very unevenly across countries and within the country. It is mainly concentrated in the capital cities. It is better developed in North Africa (especially in Egypt, Morocco and Tunisia). Most cities in South Africa are insufficiently supplied with hotels, and many of them require renovation or even demolition.

According to BoldData, there are currently 402,933 hotels worldwide with «stars» assigned. Of these only 3.8% are in Africa. By the number of such hotels South Africa (8,772), Morocco (1,232), Egypt (1,087), Kenya (500) and Tanzania (419) are leading. Three hotels in Seychelles position themselves as 6\*. The following countries on the

continent have more than 50 five-star hotels: South Africa (643), Egypt (453), Morocco (140), Kenya (105) Sierra Leone (100) and Tanzania (59) [10].

The hotel industry could change significantly in the coming years. There are plans to build another 401 hotels with 75,155 branded rooms, including hotels in Egypt and Libya belonging to the Middle East tourist region (Table 8). New hotels will be concentrated in a small number of countries. Thus, the top 10 countries will account for 69.3% of all new hotels with 74.1% of all new rooms, while the top 20 will account for 88.8% and 91.2%, respectively. The average size of the hotel varies by country, but it tends to be bigger in North and West Africa.

Table 8

**Hotel Chain Development Pipelines: Top 20 countries by number of rooms, 2019**

Country	Pipeline Hotels	Pipeline Rooms	Average size	Country	Hotels	Rooms	Average size
Egypt	51	15,158	297	Cote d'Ivoire	13	2,160	166
Nigeria	49	7,940	162	Ghana	9	1,971	219
Morocco	36	6,395	178	Zambia	15	1,872	125
Ethiopia	34	6,184	182	Uganda	11	1,497	136
Kenya	27	4,232	157	Angola	7	1,163	166
Algeria	19	4,147	218	Niger	5	1,017	203
Cape Verde	11	3,479	316	Libya	3	826	275
Senegal	17	2,829	166	Mauritius	5	804	161
Tunisia	16	2,768	173	Benin	5	768	154
South Africa	18	2,574	143	Cameroon	5	758	152

Developed by the author on the basis of: [19]

Hotels of global hotel chains have developed mainly in major cities of Southern, Northern and Eastern Africa (on the cost of Indian Ocean and islands). Among the brands managed by chains,

Accor and Marriott International have the largest number of hotels and rooms. And the biggest increase in rooms is predicted for Mangalis Hotel Group and Rotana Hotels (Table 9).

Table 9

**Top 10 Chains: Pipeline vs. Existing Hotels in Africa**

Rank	Company	Pipeline		Existing		Pipeline vs. Existing (Rooms) %
		Hotels	Rooms	Hotels	Rooms	
1	Marriott International	81	16,905	135	23,154	73.0
2	Accor	57	13,543	162	27,337	49.5
3	Hilton	55	11,209	44	12,145	92.3
4	Radisson Hotel Group	47	8,974	47	9,583	93.6
5	Melia Hotels & Resorts	8	2,317	10	2,722	85.1
6	Rotana Hotels	9	2,058	3	860	239.3
7	Intercontinental Hotel Group	10	1,904	28	6,799	28.0
8	Mangalis Hotel Group	15	1,781	3	425	419.1
9	Best Western Hotels & Resorts	18	1,613	22	1,928	83.7
10	Hyatt International	8	1,507	7	1,518	99.3
	Total	308	61,811	461	86,471	71.5

Developed by the author on the basis of: [19]

Central African Republic, Eritrea, Gambia and Somalia have no internationally branded hotels; nor are there any hotels under development [19].

Currently, tourism development on the continent is affected by the COVID-19 pandemic, which swept the world. It has made its

adjustments, when the prospects for many countries in Africa were promising. Economic growth was predicted to increase from 2.9% in 2019 to 3.2% in 2020, and to 3.5% in 2021. Major successes were observed across the continent in health care, poverty reduction, rapid pace of

innovation, which young Africans most actively mastered [3].

COVID-19 has already negatively affected the tourism business in Africa, especially in small island countries. Since the beginning of the pandemic, many tourist attractions have been closed. In 2020, all industry's key indicators have decreased: number of jobs by 12.4 million (51%), GDP of tourism – by 87 billion USD (51%). International tourist arrivals decreased by 63%, domestic – by 33%. If the situation does not improve, the losses will be more significant (another 10-12%) [14]. Socio-economic consequences of the pandemic may manifest themselves in the short term.

**Conclusions.** Tourism in Africa is a rapidly developing sector with phenomenal potential. It has all the resources to form a large, diverse regional tourism complex. The scientific and technological advances and globalization have created the conditions for the continent to unlock its full potential. However, Africa, as a very attractive and promising tourism region, is still underdeveloped. The level of tourism business

development lags behind the world average and other tourist sub-regions.

The continent's integration into the world tourism market requires not only the interest of its countries in tourism development at different levels, but also putting it into practice. This is expressed in creation and improvement of appropriate infrastructure, taking measures to resolve military, political and religious conflicts, solving security problems in tourist zones, rapid response to crises of various natures, strengthening inter-sectoral and interregional relations, supporting local entrepreneurs and farmers producing products for tourists. It is also necessary to develop an effective tourism policy, taking into account the specifics of socio-economic development and opportunities to maximize the use of tourism potential of the country. Holding multilateral negotiations will create favorable conditions for stimulating tourism activities throughout the continent. Tourism development will contribute to solving many problems of socio-economic development in Africa.

#### АФРИКА НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**Юрченко Світлана Олексіївна**, кандидат географічних наук, доцент, кафедра туристичного бізнесу та країнознавства, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, майдан Свободи, 4, м. Харків, 61022, Україна, e-mail: s.a.jurchenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3709-4317>

**Юрченко Олена Євгенівна**, здобувач, кафедра міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, майдан Свободи, 4, м. Харків, 61022, Україна, e-mail: el-tour@hotmail.com

**Кондрова Анна Євгенівна**, кандидат географічних наук, доцент, кафедра економічної та соціальної географії імені академіка РАО В.П. Максаковського, Московський педагогічний державний університет, Пироговська вул. 1/1, Москва, 119991, Російська Федерація, e-mail: ae.kondrova@mpgu.su; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0535-678X>

Туризм є перспективною галуззю країн африканського континенту, сприяє їх економічному зростанню та поліпшенню умов життя населення. Предметом цього дослідження є туристичний ринок Африки. Мета статті – показати місце Африки на світовому ринку туризму та проаналізувати тенденції туристичної діяльності в регіоні в умовах глобалізації. Для досягнення мети вирішувались наступні завдання: показати фактори, які впливають на туристичну діяльність в Африці, проаналізувати основні параметри та тенденції розвитку міжнародного туризму в регіоні та його субрегіонах у порівнянні з світовими, виявити вплив туризму на економіку африканських країн. Використовувались наступні методи: порівняльний; історичний – для визначення тенденцій розвитку міжнародного туризму Африці; статистичний – для вивчення взаємозалежностей між кількісними показниками розвитку туризму в країнах Африки; аналізу та синтезу – для виявлення взаємозв'язків процесів, що протікають на туристичних ринках; системний підхід – для розкриття особливостей розвитку міжнародного туризму в умовах глобалізації. Отримані результати: виявлені періоди спаду та росту туристичної діяльності в цілому на континенті, його макрорегіонах та окремих країнах; визначені основні напрямлення туризму та мандрівок; виявлені основні проблеми розвитку туризму; розрахована залежність між ВВП та показниками розвитку туризму в африканських країнах; показаний вплив COVID-19 на розвиток туристичного бізнесу Африки. Висновки: в Африці активно розвивається міжнародний туризм, який робить істотний вклад у ВВП та зайнятість населення. Однак рівень розвитку туристичної галузі залежить від низки внутрішніх та зовнішніх факторів та відстає від середньосвітового та інших туристичних субрегіонів. Необхідна розробка ефективної туристичної політики в кожній країні континенту та його субрегіонів.

**Ключові слова:** глобалізація, туризм, міжнародний туризм, світовий туристичний ринок, Африка, туристичні субрегіони Африки, туристичні прибуття, прибутки від туризму.

#### АФРИКА НА МИРОВОМУ РИНКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**Юрченко Светлана Алексеевна**, кандидат географических наук, доцент, Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, пл. Свободы, 4, г. Харьков, 61022, e-mail: s.a.jurchenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3709-4317>



**Юрченко Елена Евгеньевна**, соискатель, Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, пл. Свободы, 4, г. Харьков, 61022, e-mail: el-tour@hotmail.com  
**Кондрова Анна Евгеньевна**, кандидат географических наук, доцент, Московский педагогический государственный университет, Пироговская улица 1/1, Москва, 119991, Российская Федерация, e-mail: ae.kondrova@mpgu.su; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0535-678X>

Туризм является перспективной отраслью стран африканского континента, способствует их экономическому росту и улучшению условий жизни населения. Предметом исследования является туристический рынок Африки. Цель статьи – показать место Африки на мировом рынке туризма и проанализировать тенденции туристической деятельности в регионе в условиях глобализации. Для достижения цели решались следующие задачи: показать факторы, влияющие на туристическую деятельность в Африке, проанализировать основные параметры и тенденции развития международного туризма в регионе и его субрегионах в сравнении с мировыми, выявить влияние туризма на экономику африканских стран. Использовались такие методы: сравнительный; исторический – для определения тенденций развития международного туризма Африки; статистический – для изучения взаимосвязей между количественными показателями развития туризма в странах Африки; анализа и синтеза – для выявления взаимосвязей процессов, протекающих на туристических рынках, системный подход – для раскрытия особенностей развития международного туризма в условиях глобализации. Получены результаты: выявлены периоды спада и роста туристической деятельности в целом по континенту, его макрорегионам и отдельным странам; определены основные направления туризма и путешествий; выявлены основные проблемы развития туризма; рассчитана зависимость между ВВП и показателями развития туризма в африканских странах; показано влияние COVID-19 на развитие туристического бизнеса Африки. Выводы: в Африке активно развивается международный туризм, который оказывает существенный вклад в ВВП и занятость населения. Однако уровень развития туристической сферы зависит от ряда внутренних и внешних факторов и отстает от среднемирового и других туристических субрегионов. Необходима разработка эффективной туристической политики в каждой стране континента и его субрегионов.

**Ключевые слова:** глобализация, туризм, международный туризм, мировой туристический рынок, Африка, туристические субрегионы Африки, туристические прибытия, доходы от туризма.

#### Література

1. Александрова А.Ю. Типология стран мира по уровню развития международного туризма. *География и природные ресурсы*. 2016. № 1. С. 14-22.
2. Африка не для слабонервных. URL: <https://rg.ru/2019/11/18/eksperty-nazvali-samye-opasnye-strany-dlia-turistov-v-2020-godu.html>
3. Воздействие пандемии COVID-19 на Африку. URL: [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/africa\\_covid\\_brief\\_russian.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/africa_covid_brief_russian.pdf)
4. Константинова О.В. Роль туризма в инклюзивном развитии Африки. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-turizma-v-inklyuzivnom-razvitii-afriki>
5. Крах туризма из-за COVID-19 может стать катастрофой для экономик стран Африки. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/69850/>
6. Максимова Л.Н. Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства в странах экваториальной и южной Африки. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-razvitiya-industrii-gostepriimstva-v-stranah-ekvatorialnoy-i-yuzhnoy-afriki>
7. Мировой Атлас Данных. URL: <https://knoema.ru/atlas>
8. Новости ООН. Будущее туризма – за Африкой. URL: <https://news.un.org/ru/story/2019/09/1362642>
9. Развитие туризма в Африке. URL: <https://afrika-raj.ru/turizm-v-afrike/razvitie-turizma-v-afrike.html>
10. Сколько отелей в мире и где больше всего «пятизвездников». URL: <https://www.atorus.ru/News/Press-Centre/New/46755.html>
11. Фитуни Л.А. Предиктивный анализ роли демографического дивиденда в преодолении структурных дисбалансов социально-экономического развития Африки (2015–2060 гг.). *Ученые записки Института Африки Российской академии наук*. Выпуск № 2 (39), 2017. URL: <http://africajournal.ru/2019/01/24/предиктивный-анализ-роли-демографич/>
12. Цыганов С.А., Юрченко Е.Е., Юрченко С.А. Конкурентоспособность стран мира на мировом туристическом рынке. *Региональные исследования*. 2015. №1 (47). С. 88–95.
13. Юрченко С.О., Юрченко О.Е. Міжнародний туризм: навчальний посібник [для студентів спеціальностей «Туризмознавство», «Міжнародні економічні відносини»]. Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна. 2016. 328 с.
14. Africa Economic Impact from COVID-19 URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Africa%20Recovery%20Scenarios%20Nov%202020.pdf?ver=2021-02-25-183015-997>

15. African Union Commission, “African Youth Charter.” 2006. July 2. URL: [https://www.un.org/en/africa/osaa/pdf/au/african\\_youth\\_charter\\_2006.pdf](https://www.un.org/en/africa/osaa/pdf/au/african_youth_charter_2006.pdf)
16. Economic Development in Africa Report 2017: Tourism for Transformative and Inclusive Growth URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/tdb64d2\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tdb64d2_en.pdf)
17. Economic Impact Reports. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>
18. e-Conomy Africa 2020. URL: <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/e358c23f-afe3-49c5-a509-034257688580/e-Conomy-Africa-2020.pdf?MOD=AJPERES&CVID=nmuGYF2>
19. Egypt heads the Africa hotel development top ten. URL: <https://africabusiness.com/2019/05/09/hotels-in-africa/>
20. Instituto de Turismo de España. URL: [www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)
21. International Tourism Highlights 2019 Edition. URL: [https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2019.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf)
22. International Tourism Highlights 2020 Edition. URL: [https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2020.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2020.pdf)
23. Population Reference Bureau, “2018 World Population Data Sheet,” 2018. August. URL: [https://www.prb.org/wp-content/uploads/2018/08/2018\\_WPDS.pdf](https://www.prb.org/wp-content/uploads/2018/08/2018_WPDS.pdf)
24. The importance of Travel & Tourism in 2019. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/EIR%202020%20Importance%20of%20Travel%20and%20Tourism%20Infographic.pdf?ver=2021-02-25-183030-667>
25. Tourism Highlights 2011 Edition. URL: [https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2011.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2011.pdf)
26. Tourism in Africa: A Tool for Development. URL: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-10/AM-Regional-Report-Volume-four-Tourism-in-Africa-A-Tool-for-Development.pdf>
27. Tourism-WTTC-Global-Economic-Impact-Trends-2019.pdf. URL: <https://ambassade-ethiopie.fr/onewebmedia/Tourism-WTTC-Global-Economic-Impact-Trends-2019.pdf>
28. Travel & Tourism Global Economic Impact Trends 2020. URL: [https://www.developmentaid.org/api/frontend/cms/file/2020/10/Global\\_Economic\\_Impact\\_Trends\\_2020.pdf](https://www.developmentaid.org/api/frontend/cms/file/2020/10/Global_Economic_Impact_Trends_2020.pdf)
29. Travel & Tourism Global Economic Impact Trends 2020. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360>

## References

1. Alexandrova, A.Y. (2016). Typology of countries around the world in terms of the development of international tourism. *Geography and natural resources*. 1. pp. 14-22 [in Russian].
2. Africa is not for the faint of heart URL: <https://rg.ru/2019/11/18/eksperty-nazvali-samye-opasnye-strany-dlia-turistov-v-2020-godu.html> [in Russian].
3. The impact of the COVID-19 pandemic on Africa. URL: [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/africa\\_covid\\_brief\\_russian.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/africa_covid_brief_russian.pdf) [in Russian].
4. Konstantinova O.V. The role of tourism in the inclusive development of Africa. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-turizma-v-inklyuzivnom-razvitii-afriki> [in Russian].
5. Крах туризма из-за COVID-19 может стать катастрофой для экономик стран Африки URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/69850/> [in Russian].
6. Maximova L. N. Actual problems of the development of the hospitality industry in the countries of Equatorial and Southern Africa. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-razvitiya-industrii-gostepriimstva-v-stranah-ekvatorialnoy-i-yuzhnoy-afriki> [in Russian].
7. World Data Atlas. URL: <https://knoema.ru/atlas> [in Russian].
8. UN News. The future of tourism is in Africa. URL: <https://news.un.org/ru/story/2019/09/1362642> [in Russian].
9. Tourism development in Africa URL: <https://afrika-raj.ru/turizm-v-afrike/razvitie-turizma-v-afrike.html> [in Russian].
10. How many hotels in the world and where are the most «five-star» hotels? URL: <https://www.atorus.ru/News/Press-Centre/New/46755.html> [in Russian].
11. Fituni, L.L. (2017). Predictive analysis of the role of the demographic dividend in overcoming structural imbalances in the socio-economic development of Africa (2015-2060). *Scientific notes of the Institute of Africa of the Russian Academy of Sciences*. № 2 (39). URL: <http://africajournal.ru/2019/01/24/предиктивный-анализ-роли-демографич/> [in Russian].
12. Tsyganov, S.A., Iurchenko, E.E., Iurchenko, S.A. (2015). Competitiveness of the countries of the world in the world tourism market. *Regional studies*. 1 (47). pp. 88-95. [in Russian].
13. Iurchenko, S.O., Iurchenko, O.E. (2016). International tourism: a textbook. *Kharkiv. V. N. Karazin Kharkiv National University*. 328 p. [in Ukrainian].
14. Africa Economic Impact from COVID-19 URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Africa%20Recovery%20Scenarios%20Nov%202020.pdf?ver=2021-02-25-183015-997>

15. African Union Commission, "African Youth Charter," July 2, 2006. URL: [https://www.un.org/en/africa/osaa/pdf/au/african\\_youth\\_charter\\_2006.pdf](https://www.un.org/en/africa/osaa/pdf/au/african_youth_charter_2006.pdf)
16. Economic Development in Africa Report 2017: Tourism for Transformative and Inclusive Growth URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/tdb64d2\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tdb64d2_en.pdf)
17. Economic Impact Reports. URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
18. e-Conomy Africa 2020 URL: <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/e358c23f-afe3-49c5-a509-034257688580/e-Conomy-Africa-2020.pdf?MOD=AJPERES&CVID=nmuGYF2>
19. Egypt heads the Africa hotel development top ten. URL: <https://africabusiness.com/2019/05/09/hotels-in-africa/>
20. Instituto de Turismo de Espafia. URL: [www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)
21. International Tourism Highlights 2019 Edition. URL: [https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2019.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf)
22. International Tourism Highlights 2020 Edition. URL: [https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2020.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2020.pdf)
23. Population Reference Bureau, "2018 World Population Data Sheet," August 2018. URL: [https://www.prb.org/wp-content/uploads/2018/08/2018\\_WPDS.pdf](https://www.prb.org/wp-content/uploads/2018/08/2018_WPDS.pdf)
24. The importance of Travel & Tourism in 2019. URL: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/EIR%202020%20Importance%20of%20Travel%20and%20Tourism%20Infographic.pdf?ver=2021-02-25-183030-667>
25. Tourism Highlights 2011 Edition URL: [https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2011.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2011.pdf)
26. Tourism in Africa: A Tool for Development. URL: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-10/AM-Regional-Report-Volume-four-Tourism-in-Africa-A-Tool-for-Development.pdf>
27. Tourism-WTTC-Global-Economic-Impact-Trends-2019.pdf. URL: <https://ambassade-ethiopie.fr/onewebmedia/Tourism-WTTC-Global-Economic-Impact-Trends-2019.pdf>
28. Travel & Tourism Global Economic Impact Trends 2020. URL: [https://www.developmentaid.org/api/frontend/cms/file/2020/10/Global\\_Economic\\_Impact\\_Trends\\_2020.pdf](https://www.developmentaid.org/api/frontend/cms/file/2020/10/Global_Economic_Impact_Trends_2020.pdf)
29. Travel & Tourism Global Economic Impact Trends 2020. URL: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360>

Статтю отримано 7 квітня 2021 р.

**НАУКОВЕ ВИДАННЯ**

# **ВІСНИК**

**Харківського національного університету  
імені В. Н. Каразіна**

**Серія «Міжнародні відносини. Економіка.  
Країнознавство. Туризм»**

**Випуск 13**

Збірник наукових праць

Українською та англійською мовами

Підписано до друку 29.04.2021. Формат 60×84/16. Папір офсетний. Друк цифровий  
Ум.-друк. арк. 12,1. Обл.-вид. арк. 12,5. Наклад 50 пр. Зам. № Безкоштовно

Видавець і виготовлювач  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,  
61022, Харків, майдан Свободи, 4.  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.09

Видавництво Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна  
Тел. 705-24-32