

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 16

**Започатковано 2013 р.
Published since 2013**

Харків – 2022 – Kharkiv

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 № 19 від 26 грудня 2022 року)*

Головний редактор: В. О. Бабенко – доктор економічних наук, професор, ХНУ імені В.Н. Каразіна.

Заступники головного редактора:

В. В. Резніков – доктор наук з держуправління, кандидат економічних наук, доцент, ХНУ імені В.Н. Каразіна.

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

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

Відповідальний секретар: Г. І. Гапоненко – кандидат економічних наук, доцент, 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, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

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, Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

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

Л. 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

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

Ted Azarmi, PhD, Professor, University of Tubingen, German

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

Salah Gacim, PhD (Economics), Professor, University Ibn Zohr – Agadir, Morocco

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, www.periodicals.karazin.ua/irtb, meo.vestnik@karazin.ua

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

Статті пройшли внутрішнє та зовнішнє рецензування.

Свідчення про державну реєстрацію КВ № 21560-11460Р від 20.08.2015

© Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, оформлення, 2022

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 19 dated 26 December, 2022).*

Editor-in-Chief: Vitalina Babenko, D.Sc. (Economics), Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University

Deputy Editor-in-Chief:

Valeriy Ryzhnikov, D.Sc. (Public Administration), PhD in Economics, Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University

Nadija Kazakova, PhD (Geography), Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University

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

Assistant Editor: Hanna Haponenko, Ph.D (Economics), Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University

EDITORIAL BOARD

Nataliya Antonyuk, D.Sc. (Historical Sciences), Professor, Ivan Franko National University of Lviv

Olena Bilovodska, D.Sc. (Economics), Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv

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

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

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

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

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

Olga Lyubitseva, D.Sc. (Geographic Sciences), Professor, Member of the Academy of Science of Ukraine, Taras Shevchenko National University of Kyiv

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

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

Mykola Ryzhkov, D.Sc. (Political studies), Professor, Institute of International Relations, 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 Kharkiv 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

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

Ted Azarmi, PhD, Professor, University of Tubingen, German

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

Salah Gacim, PhD (Economics), Professor, University Ibn Zohr – Agadir, Morocco

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, www.periodicals.karazin.ua, 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.

ЗМІСТ

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Л.І. Григорова-Беренда, К.О. Каверіна ТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА ТА ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....	6
Н.А. Казакова, А.С. Шолом, Мяо Чжуан, Ю. Д. Кузенко ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ КНР НА СВІТОВИХ РИНКАХ.....	16
Н.А. Казакова, А.С. Шолом, Ши Хуейлі ЛЮДСЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ КНР.....	26
Л.В. Кучечук СВІТОВА ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ.....	34

ЕКОНОМІКА

Д.В. Фат'янов МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	42
--	----

ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Г.І. Гапоненко, О.В. Євтушенко, І. М. Шамара, А.В. Василенко СТВОРЕННЯ АГРОТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРА ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ХАРКІВЩИНИ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	52
О. В. Євтушенко, Д. Д. Арсенкіна МОЖЛИВОСТІ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ ЗА ДОПОМОГОЮ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ.....	64
О.В. Романчук, Р.С. Коваль, М.З. Паска, А.П. Голод, О. В. Никига ІСТОРІЯ ЧЕРВОНОГО ПУТІВНИКА «МІШЛЕН» («GUIDE ROUGE» / «GUIDE MICHELIN»).....	75

CONTENTS

THE WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

L. Grygorova-Berenda, K. Kaverina TRADE POLICY AND FOREIGN TRADE OF THE EUROPEAN UNION.....	6
N. Kazakova, A. Sholom, Miao Zhuang, J. Kuzenko SPECIFICS OF ACTIVITIES OF CHINA'S TRANSNATIONAL CORPORATIONS ON WORLD MARKETS.....	16
N. Kazakova, A. Sholom, Shi Huili HUMAN POTENTIAL AND ITS INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF THE CHINA ECONOMY.....	26
L. Kuchechuk GLOBAL FOOD SECURITY: TRENDS AND CHALLENGES.....	34

ECONOMY

D. Fatyanov METHODICAL PROVISION OF ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF THE USE OF THE ENTERPRISE'S EXPORT-IMPORT POTENTIAL.....	42
---	----

TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH

H. Haponenko, O. Yevtushenko, I. Shamara, A. Vasylenko CREATION OF AGRO-TOURISM CLUSTER AS THE BASIS OF INNOVATIVE RENEWAL OF KHARKIV OBLAST IN THE POST-WAR PERIOD.....	52
O. Yevtushenko, D. Arsenkina POSSIBILITIES OF POST-WAR ECONOMIC RECOVERY USING CREATIVE INDUSTRIES.....	64
O. Romanchuk, R. Koval, M. Paska, A. Holod, O. Nykyha THE HISTORY OF THE MICHELIN RED GUIDE.....	75

**СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ
ВІДНОСИНИ**

DOI: 10.26565/2310-9513-2022-16-01
УДК 339.54:061.1ЄС

ТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА ТА ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Григорова-Беренда Лариса Іванівна

канд. екон. наук, доцент
кафедри міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022
email: grigorova@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8091-4333>

Каверіна Катерина Олександрівна

студентка кафедри
міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022
email: ekaverina58@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1077-8372>

Економічна глобалізація характеризується збільшенням міжнародної торгівлі та зростанням взаємозалежності економік на глобальному рівні. Торговельна політика ЄС є центральним інструментом реагування на виклики, пов'язані з глобалізацією та іншими викликами сучасності, такими як наслідки пандемії та повномасштабного вторгнення Росії до України, і перетворення її потенціалу на реальні вигоди. Іншими словами, торговельна політика Європейського Союзу є значним важелем у формуванні конкурентоспроможності ЄС на світовому ринку та базується на широкому спектрі різноманітних заходів, що обумовлює актуальність даного дослідження. Предметом дослідження є особливості та перспективи розвитку торговельної політики та зовнішньої торгівлі Європейського Союзу. В свою чергу метою є аналіз особливостей реалізації торговельної політики та сучасного стану зовнішньої торгівлі Європейського Союзу. З'ясовано, що вирішальну роль серед політик ЄС відіграють двосторонні міжнародні угоди. Але є також односторонні заходи політики, які також мають величезний вплив на стан та показники зовнішньої торгівлі. Серед них тарифні та нетарифні методи регулювання. Досліджено, що незважаючи на те, що в останні роки спостерігається падіння частки ЄС у світовій торгівлі, вона залишається на високому рівні та є ключовою основою для зростання, конкурентоспроможності та зайнятості в ЄС. В той же час динаміка експорту та імпорту ЄС має тенденцію до зростання, що свідчить про те, що попри падіння частки ЄС у світовій торгівлі, позиція ЄС, як одного із світових торговельних лідерів буде укріплюватись, проте конкуренція буде зростати. Для досягнення поставленої мети та вирішення завдань дослідження при виконанні наукової роботи використовувалися сучасні методи наукового дослідження, зокрема, загальнонаукові та спеціальні методи аналізу економічних явищ та процесів: системний підхід, порівняльний аналіз, історико-логічний метод, компаративний аналіз, економіко-математичне моделювання, а саме: тренд-аналіз. Тож, зростаючі показники зовнішньої торгівлі ЄС доводять, що торговельна політика ЄС є успішною.

Ключові слова: *Європейський Союз, торговельна політика, мито, експорт товарів, імпорт товарів, Єдиний Митний тариф.*

Як цитувати: Григорова-Беренда Л.І., Каверіна К.О. Торговельна політика та зовнішня торгівля Європейського Союзу. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносин. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2022. № 16. С. 6–15.
DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-01>

In cites: Grygorova-Berenda L., Kaverina K. (2022) Trade policy and foreign trade of the European Union. of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism, (16), P. 6–15.
<https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-01> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Торгівля є одним із найпотужніших факторів розвитку ЄС. Цей фактор сприяє економічному процвітання та конкурентоспроможності Європи, підтримує внутрішній ринок та збільшує зовнішній. Завдяки відкритості торговельного режиму Європейський Союз є найбільшим у світі експортером сільськогосподарських та промислових товарів та послуг, а також займає перше місце за обсягами інвестицій як вхідних, так і вихідних.

Будучи ключем до стійкого зростання економік світу сучасна вільна міжнародна торгівля відкриває величезні ринки для підприємств кожної країни. Вона несе технології та інновації по всьому світу. Це стимулює кожну націю до більшої продуктивності.

Науковий інтерес дослідження особливостей торговельної політики Європейського Союзу обумовлений тим, що світовий ринок наразі не відкривається, а навпаки має тенденцію до закриття через зростаючі обмежувальні заходи, що суперечить тим постулатам, що покладені в основу торговельної політики ЄС. Також актуальність підкреслюється фактом, що торгова політика є значним важелем у відновленні після пандемії коронавірусу та наслідків триваючого повномасштабного вторгнення Росії в Україну, а також у зелених та цифрових трансформаціях економіки та у напрямку побудови більш стійкої Європи у світі.

Метою статті є аналіз особливостей реалізації торговельної політики та сучасного стану зовнішньої торгівлі Європейського Союзу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання дослідження особливостей торговельної політики Європейського Союзу є надзвичайно актуальним. Проблематиці цього питання присвятили свої праці такі науковці як Чентуков І.Ю. [6], Мельник Т.М., Пугачевська К. С. [3], Шнирков О.І. [7] та інші. Так, говорячи про принципи формування торговельної політики Голіков А. П. та Довгаль О. Е. вважають, що жодна з країн не може в якості інструментів торговельної політики використовувати лише тарифні чи лише нетарифні методи. На практиці найчастіше використовується змішаний протекціонізм, що поєднує в собі і тарифні, і нетарифні методи [1]. В той час, як Григорова-Беренда Л. І. та Шуба М. В. підкреслюють, що окрім стандартних методів регулювання зовнішньої торгівлі державою існують ще й такі особливості, коли держави кооперуються задля вигідної торгової політики та надають одна одній привілеї, які найчастіше стосуються ліквідації митного збору [2]. Так, варто відзначити, що між Україною та Європейським Союзом в рамках угоди про асоціацію встановлено безмитні тарифні квоти для 36 видів товарів.

Сучасні науковці дослідження спрямовують свою увагу на теоретичні аспекти, тому аналітичні та статистичні аспекти торговельної політики Європейського Союзу потребують перегляду.

Виклад основного матеріалу.

Торговельна політика ЄС, яка іноді називається «спільною торговельною політикою ЄС», являє собою сферу, де ЄС має виняткові повноваження встановлювати правила для всіх держав-членів [8].

Варто зазначити, що термін «єдина торговельна політика ЄС» вперше було вжито у Договорі про засування Європейського економічного співтовариства у 1957 році. У його третьому розділі «Торговельна політика», а саме у статті 110 та 116, окреслені тези спільної торговельної політики країн – членів ЄС. Так, у статті 111 (сьогодні 132) визначено зобов'язання держав, що є членами Європейського Союзу, щодо удосконалення систем стимулювання експорту до інших країн за умови зберігання конкуренції між підприємствами [5, с. 87].

Гармонійний розвиток світової торгівлі, усунення обмежень у міжнародній торгівлі та зниження митних бар'єрів є основною метою загальної торгової політики Європейського Союзу. Ця політика спрямована на встановлення тісного взаємозв'язку між реалізацією торгової політики та поглибленням митної інтеграції країн-членів. Реалізація зовнішньоторговельної політики складає основу розробки певних нормативних актів. В цих нормативних актах особлива увага приділяється регулюванню імпорту та експорту товарів, системі заходів торгового захисту, квотуванню та ліцензуванню [11].

Задля того, аби реалізовувати основні напрямки торгової політики Європейського Союзу застосовуються тарифні та нетарифні методи регулювання (рис. 1).

Найвагомішими серед інструментів торговельної політики ЄС є тарифні методи регулювання, що включають в себе митні збори, зокрема Єдиний митний тариф. Він застосовується до імпорту товарів через зовнішні кордони ЄС та є загальним для всіх членів ЄС, але ставки мита відрізняються від одного виду імпорту до іншого залежно від того, що за продукція імпортується та звідки саме. Мита дають перевагу в ціні для товарів місцевого виробництва над аналогічними товарами, які імпортуються, і вони підвищують доходи для урядів. Одним із результатів Уругвайського раунду були зобов'язання країн знизити тарифи та «прив'язати» свої ставки митних зборів до рівнів, які важко підвищити. Нинішні переговори в рамках Дохійського порядку денного продовжують зусилля в цьому напрямку в галузі сільського господарства та доступу до несільськогосподарських ринків [14].

Найважливішим інструментом тарифного регулювання в Європейському Союзі є Єдиний митний тариф (СМТ). Його запровадження було необхідною передумовою утворення митного союзу. Є багато причин імплементації митних платежів, але найголовнішими є наступні:



Рис. 1. Інструменти торговельної політики Європейського Союзу
Складено автором на основі: [7]

- підвищення вартості товарів, що імпортуються й, відповідно, підтримка національних виробників;
- надходження надходжень до бюджету ЄС (90% усіх потоків стягнених митних платежів);
- зменшення обсягів імпорту, що в свою чергу приведе до зменшення відтоку коштів до країн-експортерів та досягнення позитивного сальдо;
- запровадження заходів, що зможуть захищати продукцію національних виробників;
- реагування на порушення виконання домовленостей країн-партнерів СОТ;
- ускладнення експорту сировини, продовольчих товарів та інших товарів за цінами нижче світових і, таким чином, запобігання дефіциту таких товарів на внутрішньому ринку (шляхом стягнення експортних мит);
- стимулювання прогресу окремих регіонів (вільних зон, спеціальних економічних зон);
- стимулювання прогресу окремих галузей шляхом надання сприятливих тарифних режимів [11].

Відповідно до домовленостей, досягнутих у рамках ГАТТ/СОТ, Європейський Союз послідовно знижує ставки імпортних мит. Значна кількість товарів отримує тарифні преференції в Європейському Союзі. Це пільгові ставки митних зборів щодо імпорту товарів з окремих країн або груп країн. Наразі ЄС застосовуються автономні (прийняті в односторонньому порядку) і конвенційні (прийняті на основі міжнародних договорів) мита.

Надання тарифних преференцій не повинно суперечити принципу найбільшого сприяння; тому необхідно дотримуватися певних умов, перш за все, правил походження.

Більшість тарифних пільг запроваджуються окремими правовими актами Ради ЄС. Торгова політика на наднаціональному рівні ЄС формується і реалізується за допомогою норм європейського законодавства, тобто згідно з установчими договорами ЄС, договорами, що вносять до них зміни (ревізійні договори); договорами про вступ нових держав – членів ЄС [11].

Таким чином, регулювання відносин із третіми країнами та іншими суб'єктами міжнародних економічних відносин здійснюється на рівні ЄС. Нині основним документом, що регулює розподіл повноважень між наднаціональними органами ЄС та національними урядами у сфері торгової політики є Лісабонський договір, який набув чинності в грудні 2009 р.. Відповідно до цього договору усі торгові угоди (і двосторонні, і багатосторонні), які укладаються ЄС, потребують парламентському схваленню. Крім того, Комісія повинна регулярно звітувати перед Європарламентом (точніше, перед парламентським Комітетом із міжнародної торгівлі) про ведення нею торгових переговорів.

Отже, можна дійти висновку, що нині наднаціональні органи ЄС мають значні повноваження у сфері формування та реалізації спільної торгової полі-

тики цього інтеграційного угруповання. Тарифні методи регулювання залишаються економічно-важливим інструментом торговельної політики в ЄС.

З метою подальшого зняття або зменшення обмежень чи бар'єрів у вільному обміні товарами між різними країнами, іншими словами, лібералізації у сфері міжнародної торговельної політики, Європейським Союзом використовуються двосторонні угоди, що найчастіше набувають форм угод про вільну торгівлю. ЄС було підписано близько 200 угод про вільну торгівлю, вони стосуються близько 36% обсягів торгівлі товарами та послугами світі. Саме тому дотримання та вдале виконання існуючих угод є одним з найважливіших завдань для Європейського Союзу. Двосторонні угоди укладаються не лише щодо головних зобов'язань в торгівлі, а також можуть регулювати співпрацю, що лежить в площині інвестицій, інтелектуальної власності, державних публічних закупівель тощо. Подібні заходи допомагають та мають на меті прискорення, полегшення, здешевлення та прозорість регулювання торгівлі [10].

Сучасна міжнародна ситуація у світовій торгівлі сприяє досягненню цілей торговельної політики Європейського Союзу, які полягають в укладенні угод про вільну торгівлю та просуванні норм і стандартів продукції ЄС. Європейський Союз є лідером у світовій торгівлі продуктами та послугами. Водночас це одна з найбільш залежних від торгівлі економік.

Дані, наведені на рис. 2 підтверджують факт, що Європейський Союз є одним з найбільших акторів

у світовій торгівлі. Так, у 2020 році його частка становила 16% від світового експорту, що свідчить про високий рівень інтеграції в ринки інших країн. Коливання питомої ваги експорту ЄС обумовлено, насамперед, фінансово-економічною кризою в 2013-2015 роках та імплементацією санкційних режимів. Поліноміальний тренд-аналіз з високим показником апроксимації свідчить, що в майбутньому частка ЄС у світовому експорті має тенденцію до зниження. Це може бути спричинено декількома факторами: зростаюча роль Китаю на світовому ринку, подолання наслідків кризи COVID-19 та вплив на міжнародну торгівлю повномасштабного вторгнення Росії в Україну.

Ситуація з імпортом майже аналогічна (рис. 3). Показники поліноміального тренд-аналізу свідчать, що в майбутньому очікується період стагнації. Це пояснюється, насамперед, брексітом Великої Британії, наслідками, що спричинені пандемією коронавірусу та наслідками повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Незважаючи на це, обсяги експорту ЄС в світовій торгівлі перевищуватимуть обсяги імпорту, що свідчить про збереження позитивного сальдо торгового. У 2020 році сальдо торгівлі товарами ЄС було профіцитним та становило 217 млрд євро, спостерігаємо збільшення порівняно з 2019 роком (+191 млрд євро). Дивлячись на тенденцію протягом всіх років, після невеликого дефіциту в 2011 році торговельний баланс ЄС зафіксував безперервне сальдо, яке досягло піку в 264 млрд євро у 2016 році. Профіцит в торгівлі ЄС



Рис. 2. Європейський Союз у світовому експорті, 2009-2021 рр., %
Складено автором на основі: [12]

зменшився у 2017 та 2018 роках і знову почав зростати у 2019 та 2020 роках.

Міжнародна політика, яку проводять США та Китай, сприяє тіснішій співпраці між Європейським Союзом та іншими міжнародними партнерами. Однак реалізація торговельної політики ЄС значною мірою залежатиме від зовнішніх викликів

(продовження конкуренції з боку Китаю та США, зростання ролі ринків країн, що розвиваються, пандемії, війни, яку розв'язала Росія) та внутрішніх проблем (включаючи наслідки Brexit).

На ЄС припадає близько 15% світової торгівлі товарами (рис. 4). Вартісні обсяги міжнародної торгівлі товарами значно перевищують вартісні обсяги

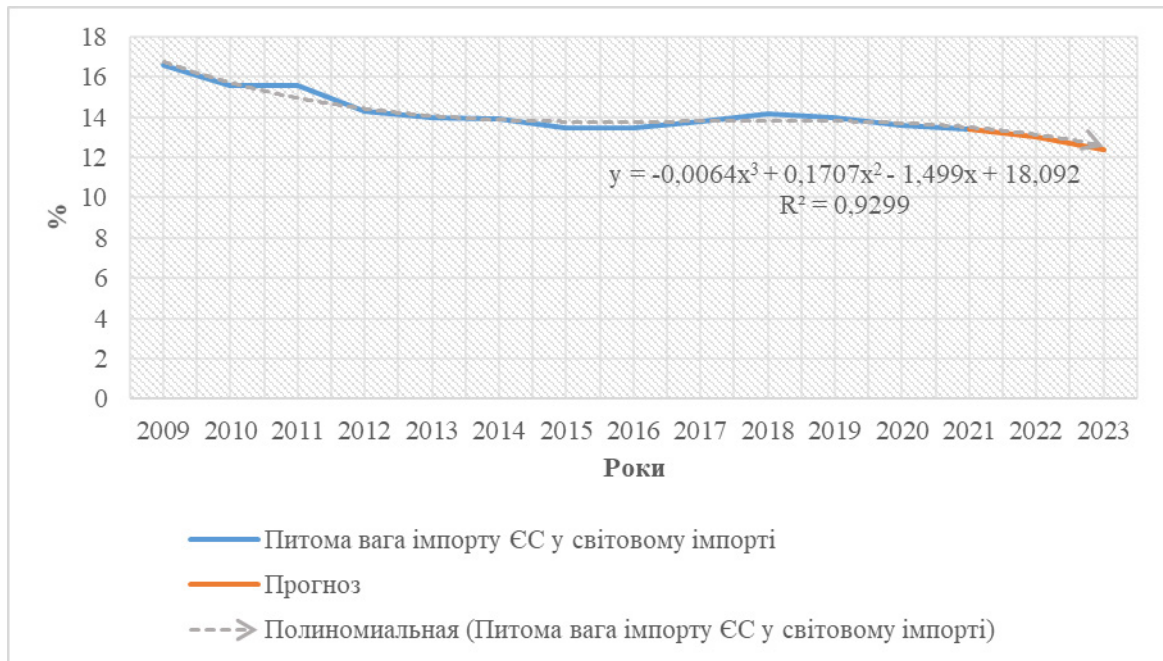


Рис. 3. Європейський Союз у світовому імпорті, 2009-2021 рр, %
Складено автором на основі: [12]

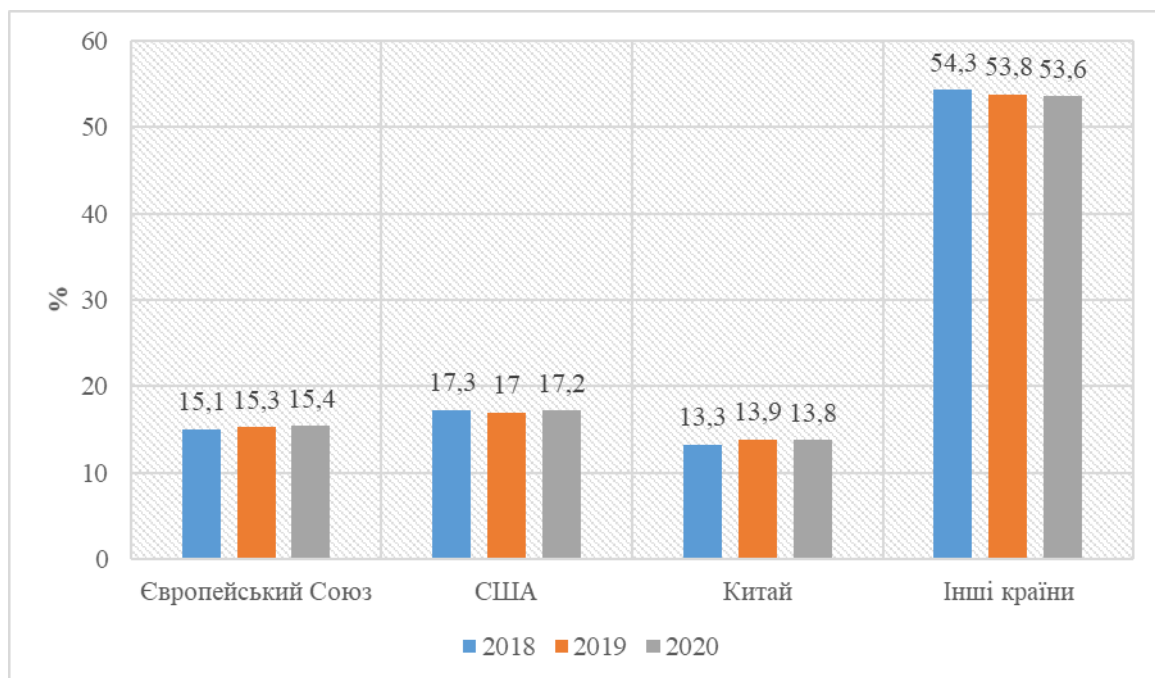


Рис. 4. Динаміка частки ЄС у світовій торгівлі
Складено автором на основі: [13]

торгівлі послугами (приблизно в три рази), що пояснюється особливостями надання певних послуг й ускладнює торгівлю ними через кордон. ЄС, Китай і Сполучені Штати є трьома найбільшими світовими гравцями у міжнародній торгівлі з 2004 року. У 2020 році загальний вартісний обсяг торгівлі товарами ЄС становив 3646 млрд євро (не включаючи торгівлю всередині ЄС), що на 423 млрд євро менше, ніж для Китаю та на 285 млрд євро вище Сполучених Штатів. Через пандемію COVID-19 загальна торгівля ЄС (-10%) і США (-9%) різко скоротилася, тоді як торгівля Китаю зросла на 2%. Для ЄС імпорт (-12%) знизився більше, ніж експорт (-9%). Протилежну ситуацію спостерігаємо у США (-13% для експорту, -6% для імпорту). Імпорт Китаю скоротився на 1%, а експорт зріс на 4%.

Статистика міжнародної торгівлі товарами розрізняє торгівлю всередині ЄС та зовні ЄС. Статистика всередині ЄС стосується торговельних операцій, які відбуваються в межах ЄС. Статистичні дані зовні ЄС фіксують потоки товарів, що експортуються та імпортуються між ЄС та країнами, які не є його членами. Дані, наведені на рис. 4, стосуються експортно-імпортних потоків ЄС зовні (зовнішня торгівля ЄС).

Динаміка обсягів експорту та імпорту товарів Європейського Союзу має тенденцію до зростання (рис. 5). Це пояснюється відносно відкритим торговим режимом ЄС, що дає стимул для розвитку відносин з широким колом торгових партнерів. ЄС глибоко інтегрований до глобальних ринків, тож

поліноміальний тренд-аналіз з високим коефіцієнтом апроксимації свідчить, що тенденція зростання буде зберігатися і в майбутньому, але з можливим негативним сальдо торгового балансу. У 2020 р. зростання експорту та імпорту змінюється різким падінням. Це пояснюється впливом пандемії коронавірусу, хоча вже в 2021 р. показники починають вирівнюватися.

Головними торговими партнерами Європейського Союзу з експорту в 2021 р. були США зі зростанням у 12,6% у порівнянні з 2020 роком, Великобританія, обсяги торгівлі з якою виросли на 2,6% порівняно з 2020 р., та Китай - на 11,4% більше, ніж у 2020 р. Найбільше імпортних поставок до ЄС було здійснено з Китаю (+20,1% у порівнянні з 2020 р.), США (+11,9%) та Росії (+64,4%) (табл. 1).

Таблиця 1

Головні партнери Європейського Союзу в 2021 р.

	Експорт, млрд євро	Імпорт, млрд євро
Китай	209,83	434,28
США	374,05	215,29
Великобританія	267,18	221,66
Швейцарія	148,06	116,24
Росія	83,91	146,10
Туреччина	73,82	73,31
Норвегія	53,44	66,31
Японія	59,10	58,89
Південна Корея	48,08	51,58
Індія	38,61	43,76

Складено автором на основі: [4]

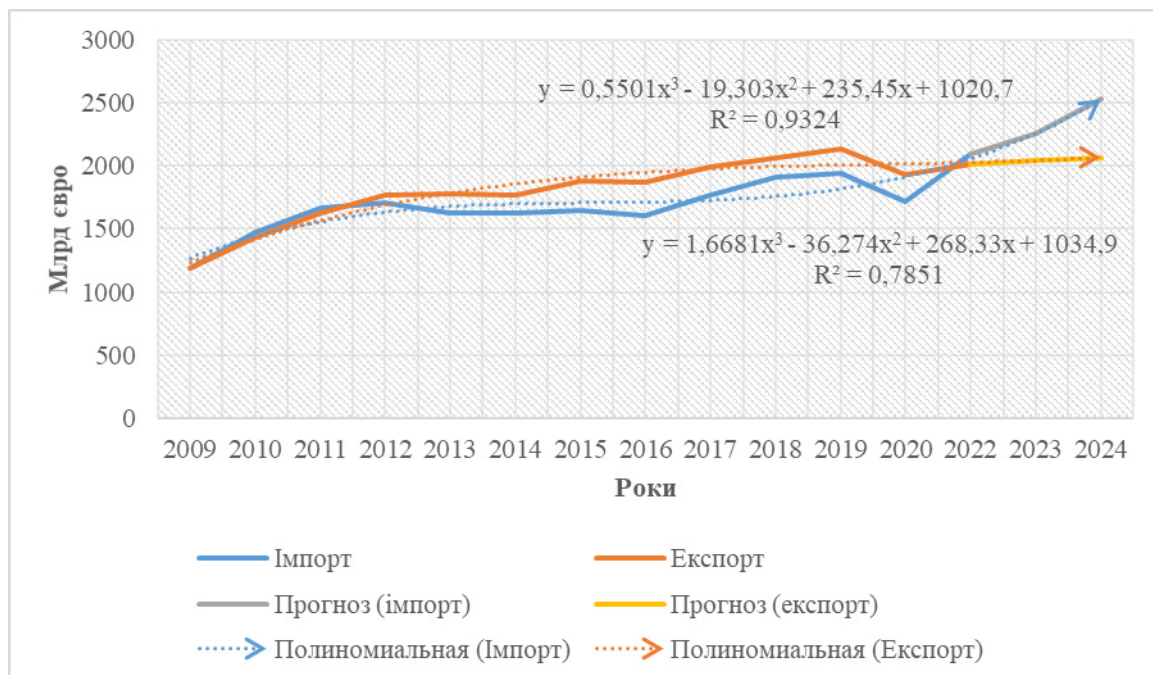


Рис. 5. Динаміка обсягів експорту та імпорту товарів ЄС, 2009-2021 роки
Складено автором на основі: [9]

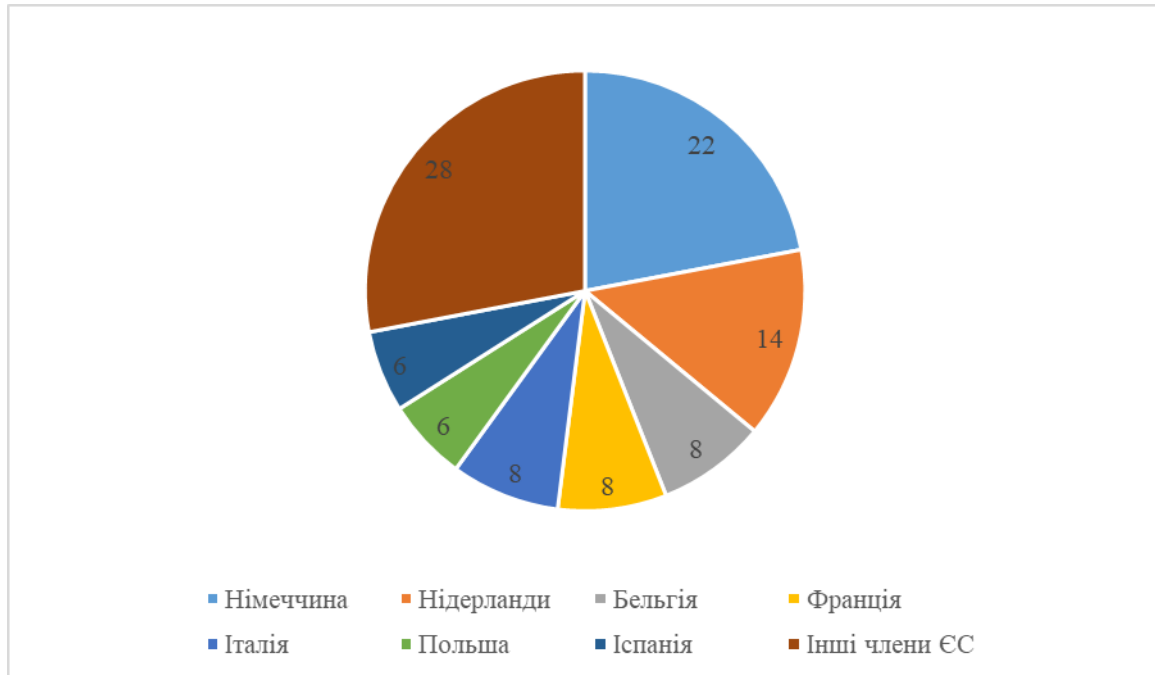


Рис. 6. Географічна структура експорту товарів всередині ЄС в 2020 р., %
Джерело: складено автором за [9]

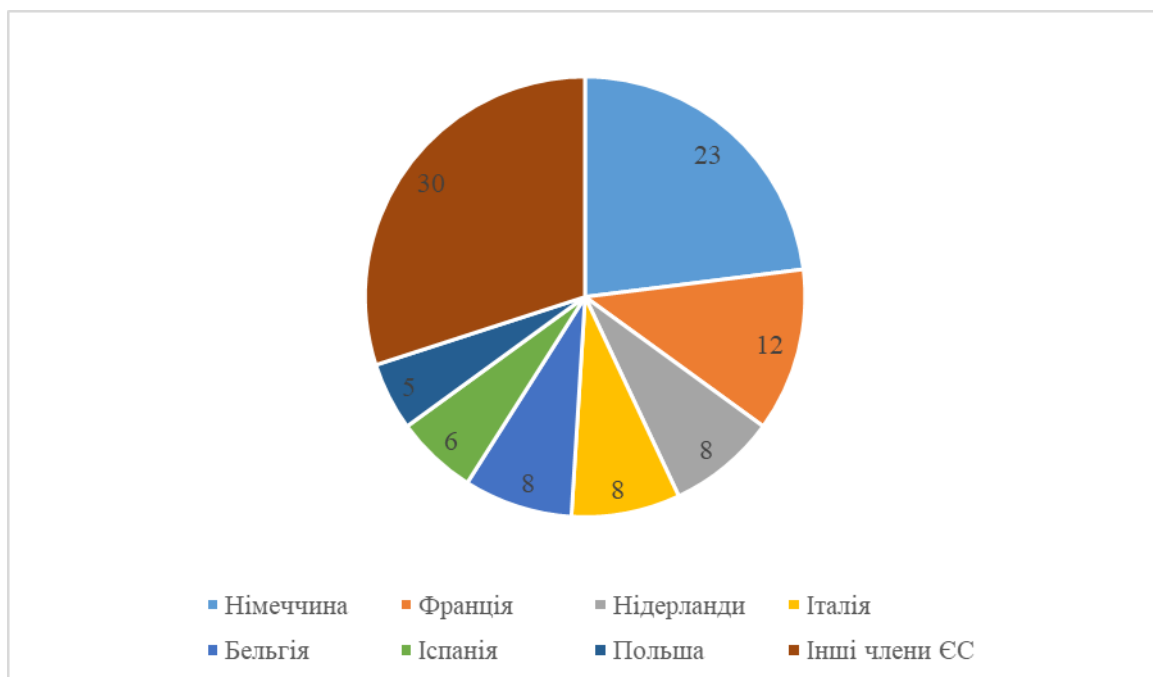


Рис. 7. Географічна структура імпорту товарів всередині ЄС в 2020 р., %
Складено автором на основі: [9]

Що стосується торгівлі товарами між державами-членами ЄС (торгівля всередині ЄС), то обсяги експорту склали в 2020 році 2843 млрд євро, що майже вдвічі перевищує обсяги експорту з ЄС зовні (1932 млрд євро). Обсяги експорту всередині ЄС знизилася на 7% у 2020 р. порівняно з 2019 р. з ог-

ляду на експорт, лідерами є Німеччина, частка якої складає 22% від загального експорту всередині ЄС, Нідерланди – 14% й Бельгія, Франція та Іспанія частка яких однакова та складає 8% (рис. 6). Варто зазначити, що порівнюючи географічну структуру за 2020 та 2019 рр. Кіпр (-27%), Мальта (-19%),

Люксембург (-17%), Фінляндія та Франція (обидві -13%) зазнали найбільшого падіння своєї частки в загальній географічній структурі експорту.

Імпорт всередині ЄС скоротився на 8%, найбільше скорочення зафіксовано для Мальти (-21%), Португалії (-14%), Словенії (-12%), Іспанії та Італії (обидві - 11%) (рис. 7) [9].

Досліджуючи торгівлю всередині ЄС, варто зауважити, що Німеччина є лідером за показниками торгівлі з іншими країнами Європейського Союзу. Так, питома вага Німеччини складає 22% від загального експорту всередині ЄС, а питома вага імпорту – 23% від загального імпорту всередині ЄС. Нідерланди експортувати 14% всередину ЄС, тоді як Франція – 12% [9].

Отже, обсяги торгівлі всередині інтеграційного об'єднання ЄС в 1,5 рази перевищують обсяги торгівлі ЄС зовні, що обумовлено і підтверджує реалізацію одного з першочергових завдань створення будь-якого регіонального інтеграційного об'єднання.

Висновки. Тож у підсумку варто зазначити, що міжнародна торгівля є фактором економічного зростання, що сприяє сталому розвитку, ефективному використанню ресурсів, створенню робочих місць, розвитку підприємництва тощо. Торговельна політика суттєво впливає на благополуччя держав. Систематизована торговельна політика Європейського Союзу, або «зовнішньоекономічна політика», містить різні важелі впливу на торгівлю, найважливішими серед яких є тарифні та нетарифні методи регулювання. Зокрема, Єдиний митний

тариф, який застосовується до імпорту товарів через зовнішні кордони ЄС. Мито є загальним для всіх членів ЄС, але ставки мита відрізняються залежно від того, який саме товар імпортується та звідки.

Будучи одним з найбільших акторів на світовому ринку торгівлі ЄС припадає 16% від світової торгівлі товарами. Говорячи про частку експорту ЄС на міжнародній арені, варто зазначити, що починаючи з 2009 р. частка експорту коливається, причиною чого є насамперед фінансово-економічна криза в 2013-2015 роках та імплементація санкційних режимів. Ситуація з імпортом є подібною, а показники тренд-аналізу в свою чергу демонструють, що в майбутньому очікується незначне зниження частки ЄС у світовій торгівлі. Наразі США та Китай є найбільшими конкурентами для ЄС. На основі проведеного тренд-аналізу, можна зауважити, що динаміка експорту та імпорту товарів Європейського Союзу має тенденцію до зростання, хоча ймовірно імпорт досягне дещо вищого рівня, ніж експорт, що свідчить про можливість негативного сальдо торгового балансу в майбутньому. Найбільшими торговими партнерами Європейського Союзу з експорту в 2021 р. були США, Велика Британія та Китай. Найбільші обсяги імпорту надходять до ЄС з Китаю та США.

Тож, проаналізувавши сучасний стан зовнішньої торгівлі ЄС, можна зробити висновок, що торговельна політика ЄС та її реалізація є досить ефективною.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Голіков А. П., Довгаль О. А. Міжнародні економічні відносини : підручник. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2014. 602 с.
2. Григорова-Беренда Л. І., Шуба М. В. Теорія і практика зовнішньої торгівлі : навч. посіб. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2016. 136 с.
3. Мельник Т. М., Пугачевська К. С. Нетарифний протекціонізм у країнах ЄС та Україні. *Бізнес Інформ*. 2014. № 1. С. 20-27.
4. Показники зовнішньої торгівлі України. *Державна митна служба України*. URL: <https://bi.customs.gov.ua/uk/trade/> (дата звернення: 05.02.2022).
5. Торговельна політика: порівняльно-правове дослідження відповідності законодавства України *acquis communautaire* європейського союзу : монографія. Київ : Держ. департамент з питань адапт. законодавства, 2009. 140 с.
6. Чентуков І. Ю. Торговельна політика Європейського Союзу в сучасних умовах. Вісник Маріупольського Державного університету. 2015. № 10. С. 87-95.
7. Шнирков О. І. Спільна торговельна політика Європейського Союзу : курс лекцій. 2019. 23 с.
8. European trade policy. *Trade Justice Movement*. URL: <https://www.tjm.org.uk/trade-issues/european-policy> (date of access: 11.10.2022).
9. International trade in goods for the EU. *European Commission*. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=International_trade_in_goods_for_the_EU_-_an_overview#:~:text=International%20trade%20in%20goods%20-%20an%20overview,-EU%20policymakers%20see&text=The%20EU%20is%20one%20of,and%2014.0%20%20of%20global%20imports (date of access: 11.10.2022).
10. Meunier S., Nicolaidis K. The European Union as a conflicted trade power. *International relations and the European Union*. New York: Oxford University Press, 2011. P. 275-298.
11. Prytula V. N. Instruments of foreign trade policy of the European Union. *Актуальні проблеми секторальної економіки*. 2015. 2 (18). P. 162-166.

12. Retail trade turnover. *European Commission*. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/teis200/default/table?lang=en> (date of access: 11.10.2022).

13. Share of EU in the World Trade. *Eurostat*. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ext_lt_introle/default/table?lang=en (date of access: 11.10.2022).

14. Tariffs. *World Trade Organization*. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/tariffs_e/tariffs_e.htm (date of access: 11.10.2022).

Стаття надійшла до редакції 12 жовтня 2022 р.

Стаття рекомендована до друку 14 листопада 2022 р.

Larysa Grygorova-Berenda, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: grigorova@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8091-4333>

Kateryna Kaverina, Student of the A.P. Golikov Department of International Economic Relations, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: ekaverina58@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1077-8372>

TRADE POLICY AND FOREIGN TRADE OF THE EUROPEAN UNION

Economic globalization is characterized by an increase in international trade and growing interdependence of economies at the global level. The EU's trade policy is a central tool for responding to the challenges associated with globalization and other modern challenges, such as the consequences of the pandemic and the full-scale Russian invasion of Ukraine, and turning its potential into real benefits. In other words, the trade policy of the European Union is a significant lever in shaping the competitiveness of the EU in the world market and is based on a wide range of various measures, which determines the relevance of this study. The subject of the study is the peculiarities and prospects of the development of trade policy and foreign trade of the European Union. In turn, the goal is to analyze the specifics of trade policy implementation and the current state of the European Union's foreign trade. It was found that bilateral international agreements play a decisive role among EU policies. But there are also unilateral policy measures that also have a huge impact on the state and performance of foreign trade. Among them are tariff and non-tariff regulation methods. It has been found that despite the fact that the EU's share of world trade has been falling in recent years, it remains at a high level and is a key basis for growth, competitiveness and employment in the EU. At the same time, the EU's export and import dynamics have a tendency to grow, which indicates that despite the decline in the EU's share in world trade, the EU's position as one of the world's trade leaders will strengthen, but competition will grow. To achieve the set goal and solve research tasks, modern methods of scientific research were used in the performance of scientific work, in particular, general scientific and special methods of analysis of economic phenomena and processes: systematic approach, comparative analysis, historical-logical method, comparative analysis, economic-mathematical modeling, and namely: trend analysis. Therefore, the growing indicators of the EU's foreign trade prove that the EU's trade policy is successful.

Key words: *European Union, trade policy, customs duty, export of goods, import of goods, Unified Customs Tariff.*

REFERENCES

1. Gholikov A. P., Dovghalij O. A. (2014) *Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny [International Economic Relations]*. Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University.
2. Ghryghorova-Berenda L. I., Shuba M. V. (2016) *Teorija i praktyka zovnishnjoji torghivli [Theory and practice of foreign trade]*. Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University.
3. Meljnyk T. M., Pughachevsjka K. S. (2014) *Netaryfnyj protekcionizm u krajinakh JeS ta Ukraini [Non-tariff protectionism in EU countries and Ukraine]*. *Business Inform*, 1, 20-27.
4. Indicators of foreign trade of Ukraine. State Customs Service of Ukraine. 2021. Available at: <https://bi.customs.gov.ua/uk/trade/> (accessed: 05.02.2022).
5. Ministry of Justice of Ukraine (2009) *Torghiveljna polityka: porivnjajno-pravove doslidzhennja vidpovidnosti zakonodavstva ukrajiny acquis communautaire jevroejsjkogho sojuzu [Trade policy: a comparative legal study of compliance of Ukrainian legislation with the acquis communautaire of the European Union]*, Kyiv: State Department for Adaptation of Legislation.
6. Chentukov I. U. (2015) *Torghoveljna polityka Jevroejsjkogho Sojuzu v suchasnykh umovakh [Trade policy of the European Union in modern conditions]*. *Bulletin of the Mariupol State University*, 10, 87-95.

7. Shnyrkov O. I. (2019) Spiljna torghoveljna polityka Jevropejsjkogho Sojuzu [Common trade policy of the European Union], Kyiv: Taras Shevchenko Kyiv National University.
8. European trade policy. Trade Justice Movement. 2021. Available at: <https://www.tjm.org.uk/trade-issues/european-policy> (accessed: 05.02.2022).
9. International trade in goods for the EU. European Commission. 2021. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=International_trade_in_goods_for_the_EU_-_an_overview#:~:text=International%20trade%20in%20goods%20-%20an%20overview,-EU%20policymakers%20see&text=The%20EU%20is%20one%20of,and%2014.0%20-%20of%20global%20imports (accessed: 05.02.2022).
10. Meunier S., Nicolaidis K. (2011) The European Union as a conflicted trade power. International relations and the European Union. New York: Oxford University Press, 275–298.
11. Prytula V. N. (2015) Instruments of foreign trade policy of the European Union. *Актуальні проблеми секторальної економіки*, vol. 2, 18, 162–166.
12. Retail trade turnover. European Commission. 2021. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tejis200/default/table?lang=en> (accessed: 05.02.2022).
13. Share of EU in the World Trade. Eurostat. 2021. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ext_lt_introle/default/table?lang=en (accessed: 05.02.2022).
14. Tariffs. World Trade Organization. 2021. Available at: https://www.wto.org/english/tratop_e/tariffs_e/tariffs_e.htm (accessed: 05.02.2022).

The article was received by the editors 12.10.2022

The article is recommended for printing 14.11.2022

DOI: 10.26565/2310-9513-2022-16-02

УДК: 339.98

SPECIFICS OF ACTIVITIES OF CHINA'S TRANSNATIONAL CORPORATIONS ON WORLD MARKETS

Nadiia Kazakova

Ph.D (Geography), associate professor,
Head of Arthur Golikov International Economic Relations Department
V.N. Karazin Kharkiv National University
Svobody Sq. 4, Kharkiv, 61022
e-mail: n.a.kazakova@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4592-1466>

Alina Sholom

Ph.D (Economics)
associate professor of Arthur Golikov International Economic Relations Department
V.N. Karazin Kharkiv National University
Svobody Sq. 4, Kharkiv, 61022
e-mail: sholom@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8471-5753>

Miao Zhuang

PhD student
V.N. Karazin Kharkiv National University
Svobody Sq. 4, Kharkiv, 61022
e-mail: ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1123-0103>

Julia Kuzenko

Student
V.N. Karazin Kharkiv National University
Svobody Sq. 6, Kharkiv, 61022
e-mail: juliakuzenko2000@gmail.com

Modern Chinese transnational corporations act as leaders in the world markets and have all the prospects for development. Today, the Chinese government seeks to change the status of the country from "industrial" to "innovative". so it creates an optimal economic atmosphere for work in the country and in cooperation with other countries. China is strengthening its position in the innovation environment through its contribution to R&D and the development of the digital economy. The subject of the study are all aspects of Chinese TNCs' production, innovation, investment, which make them successful operation on world markets. The aim of the study is to investigate the specifics of TNC activity, to evaluate how Chinese TNCs function in global markets. The objective: to consider the theoretical and methodological basis of the study of transnationalization in the world economy; to determine the essence and principles of the activities of transnational corporations, to study the specifics of the emergence and development of transnational corporations in China; to determine the current state and development prospects of China's TNCs on world markets. The research methodology is based on the application of a systematic analysis of the activities of transnational corporations, statistics and the historical-theoretical background of the emergence of TNCs, as well as the use of abstract research methods, expert assessments, correlation - regression analysis and economic analysis. Results: in this article, based on economic analyses, the role of China's transnational corporations was assessed, and several priority development areas were identified. Conclusions: Most of China's multinational companies are among the top 500 of Fortune Global 500 and top 100 list of Forbes .Chinese multinational corporations use various strategies to increase competitiveness, especially "mergers and acquisitions", expanding not only the scale of production, but also the spheres of activity. Based on this, it can be concluded that Chinese TNCs have significant prospects for development and leadership in world markets.

Keywords: *transnational corporations, Chinese economy, world markets, impact of innovations.*

Як цитувати: Казакова Н.А., Шолом А.С., Мяо Чжуан, Кузенко Ю. Д. Особливості діяльності транснаціональних корпорацій КНР на світових ринках. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2022. № 16. С. 16–25. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-02>

In cites: Kazakova N., Sholom A., & Miao Zhuang, Kuzenko J. (2022). Specifics of activities of China's transnational corporations on world markets. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (16), P. 16–25. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-02>

PROBLEM SETTING

Under the influence of globalization processes, the economic environment is undergoing constant changes, especially in the field of innovation and high technology. Currently, in the modern world markets the main competitors in the field of innovation according to the Bloomberg Innovation Index are China, Switzerland, South Korea, Singapore, Japan, Germany, the USA etc. However, Asian countries, namely China, can be separately distinguished among these competitors. Today, the Chinese government encourages investment in innovation and technology, and is ready to cooperate with China's transnational corporations. However, in the process of transnational technology transfer in China, the role of the government is diversified and complex, the government influences the institutional environment that companies face during cross-border technology transfer at the macroeconomic level, which is why the topic of innovative enterprises in the international experience of China's digital economy is relevant. Today, China is developing successfully and transnational corporations have contributed to this. The majority of Chinese TNCs are in the top 10 most powerful companies in the world, some of them are even ahead of the US ones. Production, innovation, investment - all these aspects make up the successful operation of Chinese TNCs on world markets.

ANALYSIS OF THE LATTER RESERCHERS AND PUBLICATIONS

Scientists and economists from all over the world found their own approaches and methods of researching the activity of TNCs, among them we can highlight: M. Porter, J. Galbraith, R. Vernon, C. Kindelber, L. Wales, H. Perlmutter, E. Heckscher, B. Olin, V. Leontiev, R. Vernon, M. Posner, J. Markusen, as well as Ukrainian scientists: A.P. Golikova, O.A. Dovhal, Y.N. Pankova, K.M. Makarchuk and others.

The specifics of the emergence and functioning of Chinese TNCs on world markets were considered by the following scientists : J. Dunning, S. Hymer, Wang Yulong, Ba Jinxin, Yu Shan, Lan Xianping, Wang Mudy, Wang Jin, He Chuanzi, Cao Jianfei et al.

PROBLEM DEFINITION

Despite the number of proposed research methods, theories and strategies, transnationalization, particularly in China, remains an object for study. TNCs are developing and expanding their spheres of activity, that is, they are constantly changing, so the number of scientists who consider this issue is growing in proportion to their opinions on this topic.

THE AIM OF THE ARTICLE

The aim of the study is to investigate the specifics of TNC activity, to evaluate how Chinese TNCs function in global markets.

RESEARCH METHODS

The research methodology is based on the application of a systematic analysis of the activities of

transnational corporations, statistics and the historical-theoretical background of the emergence of TNCs, as well as the use of abstract research methods, expert assessments, correlation - regression analysis and economic analysis.

PRESENTATION OF THE BASIC MATERIAL

Since China joined the World Trade Organization on December 11, 2001, the process of opening up to the world of foreign economic relations has been started. Since then, adhering to the One Belt One Road strategy, which means the comprehensive opening up of the Yuan, has become an inevitable trend. Currently, in 2019, the Chinese government encourages investment in innovation and technology, and is ready to cooperate with TNCs. However, in the process of transnational technology transfer in China, the role of the government is diversified and complex, the government influences the institutional environment that companies face during cross-border technology transfer at the macroeconomic level. The state provides protection of technology and innovation transfer activities from a legal point of view, and helps and provides industry recommendations from the side of state policy. A similar practice has been going on in China for about 70 years, and is most actively spreading today [6].

Support for the development of scientific and technological progress and investment activities are the main components of Chinese TNCs. Scientific and research activities in China partially influenced the emergence and development of transnational corporations. According to the table below, you can understand the chronology of the appearance of TNCs in China.

According to the information given in the table, the prerequisites for the emergence and development of TNCs are the active development of R&D in other countries. It should also be noted that the state authorities support and provide opportunities to protect the scientific and technological activities of TNCs.

Both state and non-state transnational corporations operate in China. The provision of special opportunities and protection by the Chinese authorities contributes to the faster development of transnationalization in the country. The development of TNCs contributes not only to scientific activity, but also leads to an increase in jobs. According to the Fortune ranking Global 500 for 2020, 133 Chinese TNCs, including state-owned ones, entered the top 500 TNCs in the world. In the table below, you can see the top 10 Chinese companies included in this ranking and their place in it, profit, as well as the number of employees provided with work.

From the above table, it becomes clear what are the main activities of modern TNCs in China. Thus, the oil industry is in the first place, the network and financial industry are in the second place.

According to Forbes data for 2020, China's multinational corporations have become the best, especially financial structures (see Table 3). China's

Table 1

Chronological sequence of research activity and its impact on the emergence of TNCs in China

Period	Characteristic	Result
The end of the 1980s	Weak scientific and technological development in China. Attempts to copy the research of leading countries and their R&D	Copyright infringement, rapid growth of counterfeiting and export of cheap goods
The end of the 1980s and the beginning of the 1990s.	Development of scientific activity following the example of advanced countries, determination of main priorities, attraction of foreign capital. Orientation to industrialization to commercialization	The result will be similar to the previous one, with the exception of the development of scientific activity in the middle of the country
The end of the 1990s and the beginning of the 2000s.	Active development of TNCs. State cooperation with transnational corporations. Import of high-tech products for the purpose of development of national scientific achievements. The state helps in organizing conditions for attracting foreign investments. The focus on industrialization and commercialization continues.	The rapid rate of increase in scientific achievements and the number of Chinese scientists. Emergence and development of new TNC branches. Copyright infringement as an intractable problem
2001 beginning of 2005	Chinese TNCs are entering world markets with their R&D. Continuation of import of high-tech products. Cooperation of Chinese TNCs with companies from other Asian countries. Support by the authorities of TNCs aimed at investing in R&D. The focus on industrialization and commercialization continues	Specialists from other countries migrate to China. Chinese TNCs are actively developing and are in serious competition with TNCs from other Asian countries. Copyright infringement problems are becoming more acute
2006 - our time	Scientific and technological development in the country is increasing. The focus on industrialization and commercialization continues. Chinese TNCs are opening new subsidiary enterprises-laboratories in countries with a tendency towards rapid development. The active cooperation of TNCs of China with corporations of other countries of the world and the development of copyright and licensing are traced. The state provides protection for the scientific and technological activities of Chinese TNCs	Chinese MNCs are making significant progress in the development of scientific and technological products. The level of R&D development in China is equal to the level of advanced countries in the world

Source: compiled by the author based on materials [13].

Table 2

Top 10 Chinese TNCs included in the Fortune rating Global 500 for 2020

Place in the rating	The company name	Profit million dollars . USA	Number of employees
2	SINOPEC GROUP (Chinese Petroleum Corporation)	407008.8	582648
3	STATE GRID (state network corporation)	383906	907677
4	CHINA NATIONAL PETROLEUM (Chinese State Oil Corporation)	379130.2	1344410
18	CHINA STATE CONSTRUCTION ENGINEERING (Chinese State Construction Corporation)	205839.4	335038
20	PING AN INSURANCE (Chinese insurance corporation)	184280.3	372194
24	INDUSTRIAL & COMMERCIAL BANK OF CHINA (Chinese commercial bank)	177068.8	445106
26	富寶康 HON HAI PRECISION INDUSTRY (Taiwanese electronics manufacturing corporation)	172868.5	757404
30	CHINA CONSTRUCTION BANK	158884.3	370169
35	AGRICULTURAL BANK OF CHINA	147313.1	467631
43	BANK OF CHINA (Chinese bank)	135091.4	309384

Source: compiled by the author based on materials [12].

Table 3

Top 10 TNCs in the world according to Forbes data for 2020

Place	The company name	Country	Sales (billion USD)	Profit (billion USD)	Assets (billion USD)	Market value (billion USD)
1	ICBC	China	177.2	45.3	4322.5	242.3
2	China Construction Bank	China	162.1	38.9	3822	203.8
3	JPMorgan Chase	USA	142.9	30	3139.4	291.7
4	Berkshire Hathaway	USA	254.6	81.4	817.7	455.4
5	Agricultural Bank of China	China	148.7	30.9	3697.5	147.2
6	Saudi Arabian Oil Company (Saudi Aramco)	Saudi Arabia	329.8	88.2	398.3	1684.8
7	Ping An Insurance Group	China	155	18.8	1218.6	187.2
8	Bank of America	USA	112.1	24.1	2620	208.6
9	Apple	USA	267.7	57.2	320.4	1285.5
10	Bank of China	China	135.4	27.2	3387	112.8

Source: compiled by the author based on materials [12].

transnational banks not only made up the top 10 public companies, but also made up the majority. Thus, according to data for 2020, 5 of the top 10 TNCs are Chinese.

Regarding R&D spending, the Chinese government is trying in various ways to encourage non-state TNCs to invest in scientific and technological development, and it is doing its best on the part of state corporations. Thus, R&D spending is only growing every year, and Figure 1 shows what percentage of the main GDP China spends on R&D.

From the given graph, we can see that R&D expenditures in accordance with FDI and GDP have a tendency to active growth since 2001, that is, the emergence of TNCs had a direct impact on the country's economy.

Copyright infringement was the main problem for both China and the development of TNCs. TNCs of China, for the sake of the active growth of scientific activity, also for a certain time had a tendency to import high-tech products, and while studying the basic structure and capabilities, they exported their high-tech products.

Paying attention to the graph, you can see that the import of high-tech goods has a tendency to decrease. Chinese TNCs currently export more than import high-tech products. The active export of such goods began around 2010, which is connected both with the development of science in China and with the development of the corporations themselves. Most of the export of industrial goods falls on the high-tech sector (see Fig. 3).

As can be seen from the graph, the export of high-tech goods has grown compared to 2008, but it is still not stable, perhaps this is due to the fact that Chinese TNCs are developing the sphere of financial and information services.

The graph clearly shows the growth of exports of information services in China. For 2019, exports have the highest figure. In recent years, Chinese social networks such as WeChat, QQ, Tantan, etc., online stores, electronic payment systems, etc., have been actively developing, all of which contribute to increasing the total export of information services.

Thus, transnational corporations are active participants in the world market. China's exports and GDP are growing every year. Currently, Chinese TNCs are among the most powerful in the world. Financial institutions, namely TNB, are the main competitors for such leading countries as the USA, Japan and others. The Chinese government supports and develops state-owned TNCs, helps protect information and technology, and promotes scientific development. China's transnational corporations are successfully developing due to financial activities, in particular investment in innovation, as well as active cooperation with the state.

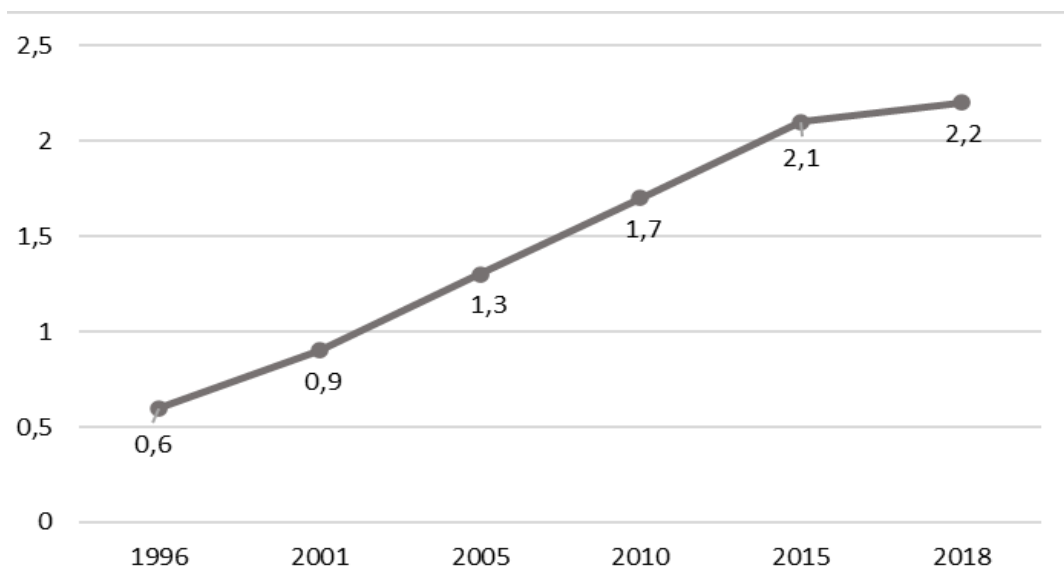
China's transnational corporations are somewhat different from other TNCs in the world. In China,

transnationalization is particularly developed and has the support of the state authorities. At the initial stage of the development of Chinese TNCs in the country, the import of high-tech goods and information services prevailed; currently, the share of exports of own developments is growing in China. Today, Chinese corporations are a desirable partner, because even the import of Chinese products in the USA is very high. Chinese companies went through 3 main stages before becoming TNCs: product internationalization, then investment and business globalization. The share of FDI in China is growing every year, as is the country's GDP. Chinese TNCs are more than international level companies, they are a kind of economic and political mechanism [12].

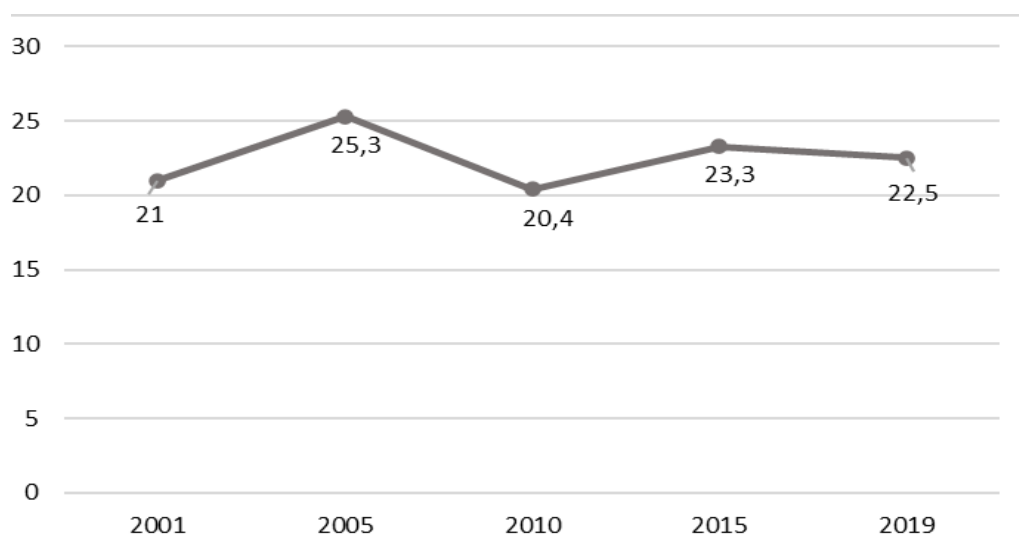
The activity of Chinese TNCs is based on investing in scientific fields. R&D has become an integral part of Chinese companies. The state authorities are building the so-called "strategic and political plans" for the development of the scientific and technological process in the country, and TNCs are an integral part of this plan. According to the plan "Made in China 2025 Plan", the Chinese government proposes investing in the development of information services, aerospace, transport, high-tech industry, fuel, etc. Thus, with such a strategy, China's GDP will continue to grow. Implementing this plan is not a difficult task, because in China there are quite widespread state-owned TNCs, which are aimed at developing the country's economy based on science [8].

Social networks and online stores are also a factor of development. WeChat, a network created by Tencent, is currently very popular in China Holdings. The system itself contains everything that a modern person needs: a payment system, the ability to post photos, messengers, the ability to make calls, search for information, etc. Today, there are enough similar programs in China, however, there is probably not a single Chinese person who does not use WeChat. The situation is the same with online stores, for example, the world-famous company Alibaba created Aliexpress and Taobao, stores where you can buy anything from any corner of the globe. Such activities of Chinese TNCs are very common, and one government tries to control them and requires them to provide certain information about users. However, thanks to such large companies as Alibaba, Tencent Holdings, China Mobile, China Telecom, Lenovo, etc., Chinese TNCs are serious players in the field of high-tech [9].

Another important factor in the activity of TNCs is industry. Thus, until 1949, Chinese companies were focused exclusively on the production of agricultural goods, but at the same time the situation changed. Industrial activity is currently a very important factor in the development of Chinese TNCs. Oil companies have gained popularity and currently occupy the first positions in terms of profitability among many global



*Fig. 1. R&D spending in China from 1996 to 2018
 Source: compiled by the author based on materials [12]*



*Fig. 2. China's import of high-tech goods from 2001 to 2019
 Source: compiled by the author based on materials [12]*

companies. Industrialization was for China a way to fight poverty and protect political and economic independence. Today, most of the products manufactured in China are industrial. With the development of industrialization and the desire to improve the field of scientific development, TNCs began to appear. Thus, one company (parent) invested in subsidiaries. However, it should be noted that both before and now, investments reach branches unevenly, but this does not greatly affect the joint structure of transnational corporations. Territorial features of China contribute to a peculiar difference in the culture of individual regions, and of course, this also affects transnational processes, which

is why other factors of TNC development arise, such as: mergers and acquisitions, or foreign investment in innovation [2, p. 63-64].

In the 21st century, the transfer of technologies and the application of innovative methods in production are commonplace. China is a country striving for development, and as mentioned earlier, the government is making its own plans for R&D. Thus, in 2006, the program of "long-term development of science and technology" was implemented, and in 2016, the "Plan of the national strategy of innovative development". These programs are aimed at transforming an "industrial country into an innovative one." Focusing attention on the presence

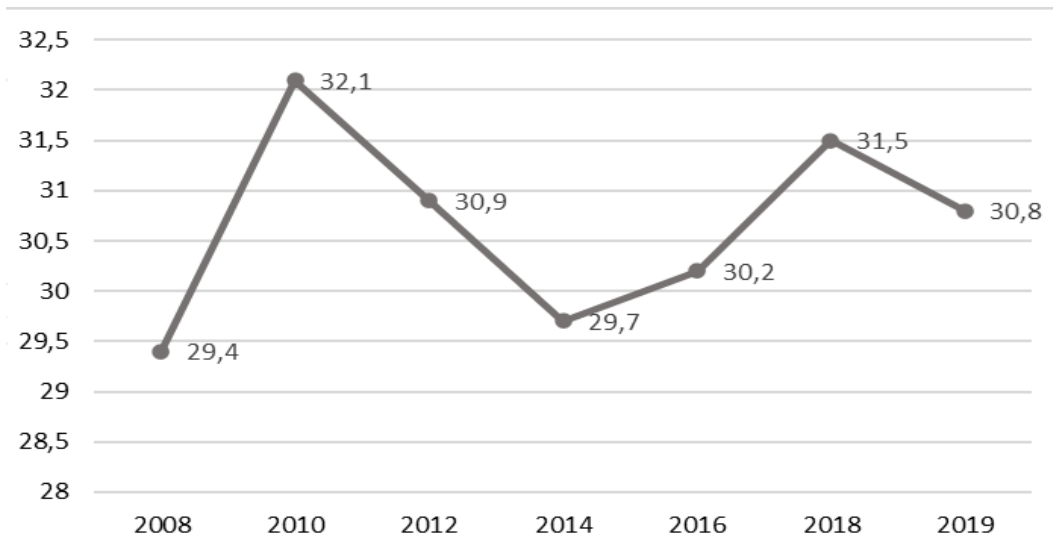


Fig. 3. Export of high-tech goods for 2008–2019
 Source: compiled by the author based on materials [12].

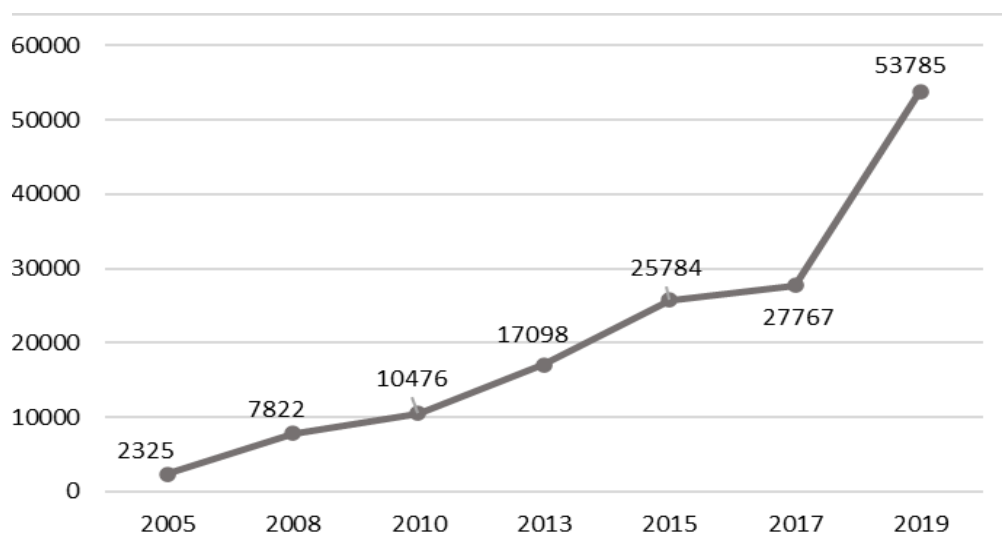


Fig. 4. Export of information services of TNCs of China from 2005 to 2019
 Source: compiled by the author based on materials [12].

of a significant number of state-owned TNCs, it becomes clear why the implementation of such programs is possible. Thus, R&D spending began to grow rapidly, and already in 2008 exceeded 15% of the country’s total GDP. Technology transfer and cooperation with companies of other countries helped Chinese TNCs to actively develop their innovations and introduce new technologies into production. In 2019, the Chinese authorities introduced a new “Law on Investment Activities”, which emphasized “the promotion of transnational technological cooperation and the application of foreign investment”. Thus, innovations have become a new important factor in the development of Chinese TNCs [13].

A factor in the diversification of China’s multinational corporations through mergers and acquisitions. The strategy of mergers and acquisitions in order to increase competitiveness is quite common, in particular in China, because it helps not only in increasing the scale of production, but also leads to the growth of the corporation’s assets. Such a strategy is based on investment activity, that is, the parent company invests in subsidiaries, opens new branches, attracts foreign investments and introduces innovations. Chinese TNCs tend to merge in order to obtain additional factors of production: high-tech resources, real estate or additional agronomic business enterprises. The Chinese

government provides multinational corporations with policy advice on which industries make sense to invest in. This is how the state encourages financing of the infrastructure and fuel industries. These areas still have some popularity among businesses, particularly the fuel area. In addition, the authorities encourage mergers with companies from Hong Kong, Macau and Taiwan, but as investor companies, and companies from other countries can be the objects of investment. As for capital, it can be attracted from other countries, but it will not be recorded as Chinese foreign investment [7, p. 87].

The activities of Chinese TNCs are mainly focused on investment and integration. In addition, Chinese corporations are trying to implement strategies to increase competitiveness proposed by the government. The method of investing with the help of the Silk Road fund is one of the strategies. Currently, Chinese TNCs are among the top three in terms of investment, and they intend to overtake US corporations. The “Silk Road” was created to implement the “One Belt, One Road” program, this plan was created by the Chinese authorities with the aim of joining forces with the countries of Eurasia. As mentioned earlier, the main competitor of China is the United States, so when Chinese TNCs began to implement this strategy, Donald Trump (then president) decided to limit Chinese FDI in high-tech industries and US companies, thereby starting a so-called “trade- tariff war” with China. Due to the emergence of similar circumstances, China’s transnational corporations decided to invest in EU high-tech goods, as evidenced by the flow of FDI. That is, the “Silk Road” strategy involves cooperation with European and Asian companies in infrastructure, financial and high-tech industries, with the aim of leading the world market [30, pp. 158–156, 173].

Another method of increasing competitiveness used by Chinese TNCs is to work in different industries. There are a lot of corporations in China, and each one works in a separate industry and tries to outdo its competitors. In order to achieve such goals, Chinese TNCs are integrating with foreign ones and are increasingly implementing “mergers and acquisitions” programs. Such internationalization is necessary in the conditions of the modern world, especially since Chinese corporations consider this factor as part of government policy. Currently, TNCs of China have intentions to cooperate with Indian companies, the prerequisites for this were the rapid pace of development in the field of information services. The tendency of the role of TNCs in international relations is growing, so the number of state-owned TNCs is increasing in China. In China, the number of state-owned TNCs is 50, and they are active participants in the financial market. Chinese state-owned TNCs are included in Fortune’s ranking Global 500, and most of them are among the top 100 companies. The development of state-owned TNCs in China is a contribution to the future of the country and

one of the main methods of increasing competitiveness [4, p. 94].

Among the main methods of increasing the competitiveness of Chinese TNCs, the following can be distinguished: the development of scientific and technological developments, investment in R&D and subsidiaries, integration with companies of other countries, the “One Belt, One Road” program, the creation of the Silk Road Fund, the creation of a greater number of state-owned TNCs, “mergers and acquisitions” strategies. Currently, China’s multinational corporations are motivated to lead by strained trade relations with the US and a desire for political leadership.

Currently, in the world of globalization, transnational corporations are becoming active participants not only in economic, but also in political relations. The advantage of the Chinese TNC is that it has support in almost all types of relations. The Chinese government is doing everything possible to develop and protect its corporations. Implementation of various programs enables the active development of transnationalization in the country. In addition, the Chinese government supports cooperation with companies from other countries and promotes technological development.

China’s transnational corporations are major players in global markets. Their activities cover almost all industries, and most of them are in the top 100 according to Forbes and the top 500 according to Fortune Global 500. Currently, Chinese TNCs are supported by the state government and are integrating with European and Asian countries as part of the strategic program to increase competitiveness “One Belt, One Road”.

Today, the state of Chinese multinational corporations is ambiguous, with the emergence of the acute problem of COVID-19, the state of most countries and companies has become under tension. Such a problem contributed to the impact of world markets and the economy, so the UN suggested that all countries unite to build a modern economy [9].

The development of the “One Belt, One Road” program may be suspended due to the circumstances, but transnational corporations still intend to cooperate with TNCs of EU countries. Thus, according to the information provided by the Ministry of Commerce of the People’s Republic of China, in the first quarter of this year China’s trade with the countries that have joined the “One Belt One Road” program grew by 21.4 percent, which in turn, on an annual basis, reaches about 2.5 trillion yuan. China’s import and export volumes with Vietnam, Indonesia and Poland also achieved rapid growth [20].

Currently, the Ministry of Commerce of the People’s Republic of China emphasizes that the viability of private enterprises has increased, they have become the main driving force of the growth of China’s foreign trade. In the first quarter, their foreign trade turnover grew by 42.7 percent, or up to 3.95 trillion yuan [2].

On January 29, 2021, the Ministry of Commerce of the People's Republic of China announced that China will continue to expand access to its market for foreign investment, as the situation in this sector continues to be difficult and difficult this year. The Chinese government will expand pilot projects to open up the service sector and provide stronger political support to stabilize foreign investment and develop China's multinational corporations [2].

Today, China's multinational corporations seek cooperation with many countries and actively cooperate with Russia, so in 2020, the trade turnover between these two countries amounted to 107.7652 billion US dollars, decreasing by 2.9 percent in annual terms. Moreover, the volume of exports from China reached 50.5846 billion dollars . USA with a growth of 1.7 percent [2].

Chinese multinational corporations are the main trading partner of Uzbek companies, but quarantine measures and restrictions introduced in connection with the pandemic have led to a reduction in foreign trade relations, transport links and delays in the implementation of investment projects. As part of the One Belt One Road project, Chinese and Uzbek multinational corporations have opened branches in Chinese provinces and cities such as Shanghai, Qingdao, and Urumqi, as well as subsidiaries in Uzbekistan, Kazakhstan, and Pakistan [12].

The prospects for the development of Chinese multinational corporations are on the rise. TNCs actively conduct international business thanks to cooperation with other countries of the world. In fact, Chinese TNCs are not only serious competitors, but also desirable partners, as well as leaders in many industries [14].

China's transnational corporations integrate with companies from almost all over the world, but currently the main reference point in the international activities of Chinese TNCs is the "One Belt, One Road" project. Chinese companies are ready to invest in innovation and R&D. In addition, the government provides maximum support from the state and helps in political matters [20].

Today, COVID-19 is a major problem for the world economy, and it is disrupting the activity of some industries. However, multinational corporations implement various measures to increase competitiveness and have a good result. Thus, the investment of Chinese TNCs in the countries and regions along the "One Belt, One Road" will lead to an increase in employment opportunities, population incomes, tax revenues in these places, and will also be able to provide material support to reduce the scale of poverty [20]. Therefore, the prospects for the development of Chinese TNCs are extraordinary, currently they have every chance for leadership in the world market.

CONCLUSIONS

Transnationalization in China has a special trend of development. In the past, among Chinese TNCs, one can see the violation of copyrights, the rapid growth of counterfeiting, and the weak development of the scientific and technological process, but currently they are successfully operating and developing. Most of China's multinational companies are among the top 500 of Fortune Global 500 and top 100 list of Forbes . Thanks to the activities of Chinese TNCs, the country is experiencing rapid growth in FDI and GDP. Chinese corporations began to develop actively around 2005, but today most of them are leading and leading. Chinese MNCs are developing thanks to investment in R&D and government support. The Chinese government creates state-owned TNCs and supports their activities and provides protection. The main branches of export by transnational corporations are industrial. The export of goods significantly exceeds the export of services, so TNBs of China are included in the top 100 of the Forbes rating , and 5 of them are included in the top 10 corporations. Currently, the export of high-tech goods in China is predominant, but the financial and information fields also have development trends.

Modern Chinese TNCs act as leaders in world markets and have all prospects for development. Today, the Chinese government seeks to change the status of the country from "industrial" to "innovative", therefore it encourages TNCs to invest in R&D and integration with companies from other countries in such areas as: real estate, infrastructure, information services, scientific and technological developments, etc. Currently, the "One Belt, One Road" program was created on the initiative of China, in particular, the "Silk Road" fund actively operates and helps the development of Chinese TNCs, it is aimed at integration and cooperation with corporations of the European Union and Asia. Chinese TNCs currently work with many European countries, as well as with Vietnam, Uzbekistan, India, Russia and others. However, despite the active development of the integration of transnational corporations in China, the problem of COVID-19 has caused significant inconvenience. Yes, cooperation agreements with Uzbekistan are currently suspended. As for cooperation with other countries, work will resume in 2020. Also, TNCs of China are active participants in the field high - tech and information sphere, they help the development of Chinese social networks, electronic payment systems, online stores, etc. Also, Chinese multinational corporations use various strategies to increase competitiveness, especially "mergers and acquisitions", expanding not only the scale of production, but also the spheres of activity. Based on this, it can be concluded that Chinese TNCs have significant prospects for development and leadership in world markets.

REFERENCES

1. Abrosimova, A. A., & Budarina, N. A. (2021). Perspektivy funkcionirovaniya TNK v novykh industrial'nykh stranakh [Perspectives of TNC functioning in new industrial countries]. *Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk [International Journal of Humanities and Natural Sciences]*, (1-2), 52-55. (in Russian)
2. Bezrukova, N. V., & Onipko, T. A. (2011). Cuchasni tendentsii rozvytku TNK yak rushiinoi syly protsesu ekonomichnoi hlobalizatsii [Current trends in the development of TNCs as a driving force in the process of economic globalization]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriya: Ekonomichni nauky [Scientific Bulletin of the Poltava University of Economics and Trade. Series: Economic Sciences]*, (4 (2)), 93-99. (in Ukrainian)
3. Vovk, S. (2017). Stratehii TNK: zlyttia i pohlynannia [Strategies of TNCs: mergers and acquisitions]. *Zhurnal yevropeiskoi ekonomiky [Journal of European Economy]*, 12(1), 28-41. (in Ukrainian)
4. Karpenko, H. V. (2014). Finansovi mekhanizmy transnatsionalnykh korporatsii u systemi suchasnoi svitovoi ekonomiky [Financial mechanisms of transnational corporations in the system of the modern world economy]. *Naukovi pratsi NDFI [Scientific works of NDFI]*, (1), 42-50. (in Ukrainian)
5. Kibalnyk, L. O. (2014). Heoekonomichni aspekty investytsiinoi diialnosti TNK [Goeconomic aspects of TNC investment activity]. *Investytsii: praktyka ta dosvid [Investments: practice and experience]*, (10), 6-13. (in Ukrainian)
6. Levkivskiy, V. M. (2014). Transnatsionalnyi kharakter diialnosti TNK: svitovyi dosvid ta ukraïnski realii [Transnational nature of TNC activity: world experience and Ukrainian realities]. (in Ukrainian)
7. Luchko, M. L. (2017). Kitajskie TNK na mirovom investicionnom pole [Chinese TNCs on the global investment field]. *Mirovaya ehkonomika i mezhdunarodnye otnosheniya [The world economy and international relations]*, 61(9), 45-53. (in Russian)
8. Tkachenko, D. O. (2015). Sutnist transnatsionalizatsii ta osoblyvosti diialnosti transnatsionalnykh korporatsii v umovakh hlobalnoi ekonomiky [The essence of transnationalization and the peculiarities of the activities of transnational corporations in the conditions of the global economy]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment [Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series: Economics and management]*, (13), 72-76. (in Ukrainian)
9. China Foreign Direct Investment 1979–2021. Available at: <https://www.macrotrends.net/countries/CHN/china/foreign-direct-investment#:~:text=Data%20are%20in%20current%20U.S.a%204.96%25%20decline%20from%202016>.
10. Forbes rating. Available at: <https://www.forbes.com/consent/?toURL=https://www.forbes.com/global2000/#74734179335d>.
11. Ministry Commerce of the People's Republic of China. Available at: <http://russian.mofcom.gov.cn/>.
12. National Bureau of Statistics of China. Available at: http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202104/t20210428_1816821.html.
13. Venger, V. (2019). Osoblyvosti formuvannia ta rozvytku transnatsionalnykh korporatsii v umovakh hlobalizatsii [Peculiarities of the formation and development of transnational corporations in the conditions of globalization]. *Yevropeiskyi naukovyi zhurnal Ekonomichnykh ta Finansovykh innovatsii [European Scientific Journal of Economic and Financial Innovations]*, 2(4), 30-44. (in Ukrainian)
14. World data atlas. China. Available at: <https://knoema.ru/atlas/%D0%9A%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%B9>.

The article was received by the editors 15.11.2022

The article is recommended for printing 17.12.2022

Казакова Надія Артурівна, канд. геогр. наук, доцент, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин, імені Артура Голікова, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022, e-mail: n.a.kazakova@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4592-1466>

Шолом Аліна Сергіївна, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, імені Артура Голікова, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022, e-mail: sholom@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8471-5753>

Мяо Чжуан, аспірант, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1123-0103>

Кузенко Юлія Дмитрівна, студентка, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022, e-mail: juliakuzenko2000@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ КНР НА СВІТОВИХ РИНКАХ

Сучасні китайські транснаціональні корпорації виступають лідерами на світових ринках і мають усі перспективи розвитку. Сьогодні уряд Китаю прагне змінити статус країни з «індустріальної» на «інноваційну». Таким чином створюється оптимальна економічна атмосфера для роботи в країні та співпраці з іншими країнами. Китай зміцнює

свої позиції в інноваційному середовищі. через внесок у науково-дослідні розробки та розвиток цифрової економіки. Предметом дослідження є всі аспекти виробничої, інвестиційної та інноваційної діяльності китайських ТНК, які роблять їхню роботу успішною на світових ринках. Мета дослідження — дослідити специфіку діяльності ТНК, оцінити функціонування китайських ТНК на світових ринках Завдання: розглянути теоретико-методологічні основи дослідження транснаціоналізації у світовій економіці, визначити сутність та принципи діяльності транснаціональних корпорацій, вивчити специфіка виникнення та розвитку транснаціональних корпорацій у Китаї, визначити сучасний стан та розвиток просп дії ТНК Китаю на світові ринки. Методологія дослідження базується на застосуванні системного аналізу діяльності транснаціональних корпорацій, статистики та історико-теоретичних передумов виникнення ТНК, а також використання абстрактних методів дослідження, експертних оцінок, кореляційно-регресійного аналізу та економічний аналіз. Результати: у статті на основі економічного аналізу оцінено роль транснаціональних корпорацій Китаю та визначено декілька пріоритетних напрямів розвитку. Висновки. Більшість транснаціональних компаній Китаю входять до 500 найкращих за рейтингом Fortune Global 500 і до 100 найкращих за версією Forbes. Китайські транснаціональні корпорації використовують різні стратегії для підвищення конкурентоспроможності, особливо «злиття та поглинання», розширюючи не лише масштаби виробництва, а й сфери діяльності. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що китайські ТНК мають значні перспективи розвитку та лідерства на світових ринках.

Ключові слова: транснаціональні корпорації, економіка КНР, світові ринки, вплив інновацій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Абросимова А. А., Бударина Н. А. Перспективи функціонування ТНК в нових промислових країнах. *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*. 2021. № 1-2. С. 52-55.
2. Безрукова Н. В., Оніпко Т. А. Сучасні тенденції розвитку ТНК як рушійної сили процесу економічної глобалізації. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки*. 2011. № 4 (2). С. 93-99.
3. Вовк С. Стратегії ТНК: злиття і поглинання. *Журнал європейської економіки*. 2017. №. 12 (1). С. 28-41.
4. Карпенко Г. В. Фінансові механізми транснаціональних корпорацій у системі сучасної світової економіки. *Наукові праці НДФІ*. 2014. № 1. С. 42-50.
5. Кібальник Л. О. Геоелектронні аспекти інвестиційної діяльності ТНК. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 10. С. 6-13.
6. Левківський В. М. Транснаціональний характер діяльності ТНК: світовий досвід та українські реалії. 2014.
7. Лучко М. Л. Китайские ТНК на мировом инвестиционном поле. *Мировая экономика и международные отношения*. 2017. № 61(9). С. 45-53.
8. Ткаченко Д. О. Сутність транснаціоналізації та особливості діяльності транснаціональних корпорацій в умовах глобальної економіки. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2015. № 13. С. 72-76.
9. China Foreign Direct Investment 1979–2021. URL: <https://www.macrotrends.net/countries/CHN/china/foreign-direct-investment#:~:text=Data%20are%20in%20current%20U.S.,a%204.96%25%20decline%20from%202016>.
10. Forbes rating. URL: <https://www.forbes.com/consent/?toURL=https://www.forbes.com/global2000/#74734179335d>.
11. Ministry Commerce of the People's Republic of China. URL: <http://russian.mofcom.gov.cn/>.
12. National Bureau of Statistics of China. URL: http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202104/t20210428_1816821.html.
13. Венгер В. Особливості формування та розвитку транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2019. № 2 (4), С. 30-44.
14. World data atlas. China. URL: <https://knoema.ru/atlas/%D0%9A%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%B9>.

Стаття надійшла до редакції 15 листопада 2022 р.

Стаття рекомендована до друку 17 грудня 2022 р.

DOI: 10.26565/2310-9513-2022-16-03
УДК: 331.5

ЛЮДСЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ КНР

Казакова Надія Артурівна

канд. геогр. наук, доцент
завідувач кафедри міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: n.a.kazakova@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4592-1466>

Шолом Аліна Сергіївна

канд. екон. наук,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: sholom@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8471-5753>

Ші Хуейлі

аспірант
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9356-5531>

Традиційні джерела національної могутності країн світу мають наразі набагато менше значення у забезпеченні високого конкурентного статусу національних економік, ніж такі фактори, як наявність потужного інноваційного потенціалу держав, швидкість опанування ними науково-технологічною моделлю економічного розвитку та, що найголовніше, – якість людського ресурсу та умови його відтворення. Предметом дослідження є умови та чинники розвитку людського ресурсу національних економік та його впливу на розвиток економіки КНР. Мета – оцінка рівня розвитку економік регіонів світу в залежності від стану людського потенціалу, а також виявлення. Завдання: розкрити методологію дослідження категорії «людський ресурс», проаналізувати вплив людського ресурсу на розвиток економіки країни, оцінити сучасний стан людського ресурсу КНР та обґрунтувати основні напрями розвитку та якісного вдосконалення людського ресурсу країни. Методи: історико-логічний метод (при дослідженні категорії «людський ресурс» та класифікації теорій, що розкривають його зміст, а також розкриття еволюції становлення й розвитку світової та вітчизняної наукової школи дослідження людського ресурсу); системно-структурний аналіз економічних процесів та явищ (при дослідженні процесів транснаціоналізації людського ресурсу на мікро-, державному, регіональному та глобальному рівнях); аналіз та синтез (при дослідженні сучасних форм прояву інтелектуалізації виробництва у суспільному відтворенні, з'ясуванні ролі людського ресурсу у формуванні стратегічних конкурентних переваг країн та впливу інвестицій в людський ресурс на показники інтелектуального та освітньо-кваліфікаційного рівня населення); метод кількісного та якісного порівнянь (при оцінці якісних та кількісних характеристик людського ресурсу КНР за міжнародними критеріями його конкурентоспроможності); статистичний та графічний методи (під час обробки та узагальнення статистичних даних та їх відображення у найбільш інформативній формі – таблиці, рисунки, діаграми). Отримано такі результати: розкриті методологічні підходи до визначення категорії «людський ресурс», досліджено еволюцію людського фактора в процесі соціально-економічних та гуманітарних перетворень глобального розвитку, а також визначено взаємозв'язок людського ресурсу та розвитку економіки КНР. Висновки: обчислено, що людський потенціал має вирішальне значення для економічного розвитку КНР, вкладення в людський потенціал та сприяння його розвитку, зокрема через зовнішньоекономічне співробітництво у сфері вищої освіти, перетворюються в найефективніший вид інвестицій, що сприяють економічному зростанню.

Ключові слова: людський потенціал, людський ресурс, КНР, розвиток економіки, зовнішньоекономічне співробітництво у сфері вищої освіти

Як цитувати: Казакова Н.А., Шолом А.С., Ші Хуейлі. Людський потенціал та його вплив на розвиток економіки КНР. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносин. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2022. № 16. С. 26–33. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-03>

In cites: Kazakova N., Sholom A., & Shi (2022). Huili Human potential and its influence on the development of the China economy. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (16), P. 26–33. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-03> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. На сьогоднішній день одним з найважливіших завдань країн та регіонів світу є забезпечення сталого економічного росту, тому проблема виявлення ключових факторів і опис механізму їх впливу на економічне зростання має істотне значення для сучасної економічної теорії. В умовах конкуренції успіх будь-якої організації, країни, регіону здебільшого залежить не скільки від виробничих і фінансових ресурсів, скільки від людських ресурсів, інвестування в які, зокрема через зовнішньоекономічне співробітництво у сфері вищої освіти, стає все більш пріоритетним. Це пояснюється тим, що людина наділена творчими, підприємницькими здібностями, і, на відміну від інших ресурсів, продуктивність цих здібностей не має меж. Розвиток людського потенціалу набуває значення головного і визначального фактору економічного зростання. Численні дослідження переконливо показали, що класифікація країн за рівнем їх економічного розвитку у вирішальній мірі визначається якістю людського потенціалу.

Аналіз досліджень і публікацій. Динаміка людського потенціалу та його вплив на розвиток економік характеризується множиною праць. Становлення концепції розвитку людського потенціалу відбувалося на основі наукових розробок теоретиків людського капіталу Т. В. Шульца, його послідовника Г. С. Беккера, Х. Грехема, Р. Беннетта, Дж. Мінцера, Е. Денісон, Р. Солоу, Дж. Кендріка, С. Фішер, К. Макконнелл і С. Брю та ін. Вони визначили людський потенціал як сукупність знань, умінь, навичок, що використовуються для задоволення різноманітних потреб людини і суспільства в цілому. Дж. Мінцер розробив клас функцій, пов'язаних з розрахунки норм віддачі від освіти, та довів, що чим більшого значення набуває змінна складова освіти, тим більшою буде внутрішня норма віддачі. Американський економіст Едвард Денісон (свій внесок у розробку цієї проблеми зробили Роберт Солоу та Джон Кендрік) розробив класифікацію чинників економічного зростання. З 23 обраних ним чинників на перше місце Денісон поставив якість робочої сили. Денісон зробив висновок, що визначальним чинником продуктивності праці є освіта.

С. Фішер визначив людський потенціал як міру втіленої у людині здатності приносити дохід. Людський потенціал включає вроджені здібності і талант, а також освіту й набуту кваліфікацію. К. Макконнелл і С. Брю виділили види інвестицій в людський капітал: витрати на освіту, витрати на охорону здоров'я, витрати на мобільність.

Певний внесок у дослідження проблем людського розвитку здійснили українські та російські вчені, а саме: Л. І. Євченко, П. В. Журавльов, І. П. Ніколенко, О. П. Єгоршин, О. А. Грішнова, Е. М. Лібанова, В. О. Мандибура, Д. Г. Лук'яненко та ін. Проте вони переважно спиралися на праці та

дослідження іноземних авторів. Поряд з цим залишається багато невирішених питань, пов'язаних із окремими аспектами людського розвитку, зокрема з формуванням методологічного базису теорії людського розвитку як єдиної наукової концепції.

Переважає більшість робіт містить змістовний теоретичний та практичний аналіз щодо впливу та розвитку людського потенціалу.

Інформаційною базою слугували роботи Х. Грехема та Р. Беннетта, Грішної О. А., Журавльова П. В., Д. Г. Лук'яненка; доповіді «Про розвиток людини», статистичні дані ЦРУ, та дані конкурентоспроможності, наукове видання International Business та інші.

Загалом роботи присвячені проблематиці розвитку людського потенціалу та його взаємозв'язку з економікою.

Метою статті є оцінка рівня розвитку економік регіонів світу в залежності від стану людського потенціалу, а також виявлення передового регіону як прикладу наслідування для інших регіонів світу.

Методика дослідження даної теми базується на економічному аналізі літературної, довідникової, статистичної інформації. Найбільш уживані наукові методи пізнання під час дослідження були: моделювання, синтез, системний підхід. Так як тема має досить багато статистичних даних, різних точок зору та поглядів, на основі індукції та дедукції можна було отримати конкретні висновки щодо деяких проблем. Крім цього, у даній роботі використовувалися праці іноземних дослідників, в яких порушувалися питання, пов'язані зі значенням людського потенціалу в розвитку економік підприємств, країн, регіонів. Також використовувалися відкриті дані Human Development Report, статистичні дані ООН, ЮНКТАД та інших.

Виклад основного матеріалу. В теорії міжнародної економіки, на відміну від соціології, політології, філософії, менеджменту та історії, категорія «людський ресурс» є однією з найменш досліджених.

Категорія «людський ресурс» кваліфікується як сукупність фізичних, психологічних та розумових потенцій людини, її ментальних особливостей, які разом з нагромадженими нею знаннями, навичками, інформацією та досвідом використовуються індивідумом в процесі створення матеріальних, духовних та інтелектуальних продуктів.

В наукових публікаціях економістів, які займалися розробкою питань, пов'язаних із обґрунтуванням ролі людини у виробничих процесах та суспільстві, з'ясуванням факторів зростання продуктивності її праці, розкриттям взаємозв'язку між міжнародною конкурентоспроможністю країн та людським розвитком, дослідженням механізмів ефективною реалізації управлінських рішень заради досягнення цілей організації та задоволення особистих інтересів працівника, питання людського ресурсу висвітлювалося однобічно, зводячись до його звуженого

трактування як робочої сили чи принаймні людського капіталу.

Можна впевнено стверджувати, що категорія «людський ресурс» належить до числа нових понять, які з'являються лише сьогодні, для повного відображення сучасних соціально-економічних та гуманітарних перетворень глобального розвитку. Тому не випадково, що серед вітчизняних і зарубіжних вчених не існує на сьогодні єдиної думки щодо сутності цього поняття та його співвідношення з рядом інших взаємопов'язаних однопорядкових категорій, таких як «людський капітал», «людський потенціал», «людський розвиток» та ін.

Що стосується поняття категорії «ресурс», то «Великий тлумачний словник української мови» подає її лише у множинній формі – «ресурси», кваліфікуючи останні як «запаси чого-небудь, які можна використати у разі потреби, ... засіб, можливість, якими можна скористатися у разі необхідності» [16, с. 1027]; а Економічна енциклопедія трактує поняття «ресурси» (від фр. «ressource») як «допоміжні засоби, основні елементи виробничого потенціалу, які має в розпорядженні система, і які використовуються нею для досягнення конкретних цілей», зазначаючи, що «... система будь-якого рівня включає природні, економічні, технічні, кадрові та інші ресурси» [34, с. 206].

Сучасне енциклопедичне визначення розглядає людські ресурси як поняття, що відбиває головне багатство суспільства. Висока якість життя людей будь-якої країни можлива тільки при створенні умов для відтворення, розвитку й використання цього ресурсу з урахуванням інтересів кожної людини.

Поняття «людські ресурси» є більш об'ємним, ніж поняття «трудова ресурси» й «персонал», тому що містить у собі не тільки економічну характеристику робочої сили, але й сукупність соціокультурних характеристик й індивідуально-психологічних властивостей людей. Як категорія дисципліни «Економіка праці» поняття «людські ресурси» відбиває ці особливості об'єкта управління. Розглянемо деякі з них.

По-перше, люди наділені інтелектом, отже, їхня реакція на зовнішній управлінський вплив є емоційно-усвідомленою, а не механічною, процес взаємодії між суб'єктом управління й людьми є двостороннім.

По-друге, внаслідок володіння інтелектом люди здатні до постійного вдосконалення й розвитку, що є найважливішим і довгостроковим джерелом підвищення економічної й соціальної ефективності будь-якого суспільства або окремої організації.

По-третє, люди здатні до духовного виробництва, продукування нових ідей й інформації, які революційно змінюють знаряддя й предмети праці, зміст, методи й засоби менеджменту, формують нові якості робочої сили.

По-четверте, люди вибирають певний вид діяльності (виробничої або невиробничої, розумової або

фізичної), усвідомлено ставлячи перед собою певні цілі. Тому суб'єкт управління повинен надавати всі можливості для реалізації цих цілей, створювати умови для втілення мотиваційних установок до праці. Це припускає відмову від традиційного уявлення про ринок праці як механізмі регулювання відносин між роботодавцем і працівником. Предметом узгодження інтересів стає більш широкий діапазон ресурсів і переваг, чим матеріальні блага. Це:

- час, як відрізок життя;
- здоров'я;
- престиж;
- можливість самореалізації;
- справедливість;
- соціальна комфортність і т. і.

Таким чином, поняття «людські ресурси» за своєю сутністю є похідним від поняття «робоча сила», але відбиває:

- сучасну уяву про роль і значення людини у виробництві;
- зміни характеру й змісту соціально-трудових відносин;
- перетворення персоналу організації в її основне багатство, що визначає фактор стратегічного розвитку.

Сучасне виробництво, засноване на інформаційних технологіях, зажадало величезних інвестицій у людські ресурси. Такі інвестиції здійснюються на державному рівні (наприклад, Японія реалізує програму загальної вищої освіти), на рівні окремих організацій. Особисті інвестиції в одержання знань, умінь і навичок є умовою конкурентоспроможності робочої сили (індивіда) на ринку праці. Об'єктивна необхідність й ефективність таких інвестицій розглядається в теоріях людського й соціального капіталу.

Людський потенціал – міра втілених у людині природних здібностей, таланту, рівня освіти, кваліфікації та їх здатність приносити дохід. Світовий банк включає в це поняття також стан здоров'я та якість харчування [3], ООН – професійний досвід, фізичний стан, здатність до виживання, інші характеристики, що сприяють продуктивності та самозабезпеченню людей [3].

Структура людського потенціалу (Рис. 1) є об'єктом управління регіональної соціально-економічної політики і визначає можливості для реалізації програм соціально-економічного розвитку.

Саме в людському потенціалі приховані найбільші резерви для підвищення ефективності функціонування економік регіонів світу. Проте проблема полягає в тому, що людський потенціал використовується не в повному обсязі.

Отже, людський потенціал може бути більш важливим чинником, що визначає довгостроковий економічний успіх, ніж будь-який інший ресурс. Тому з розвитком людського прогресу робоча сила перестає бути лише фактором виробництва. Вкладення



Рис. 1. Структура людського потенціалу

в робочу силу – в освіту, охорону здоров'я, культуру, кваліфікацію – формують якість, що є новою формою людського багатства. Уживання цієї категорії багатьма вченими пояснюється тим, що людський капітал, як і будь-який інший капітал, є результатом інвестування і генерує впродовж певного часу потік доходу, тобто створюється тоді, коли людина інвестує в саму себе, здобуваючи освіту та кваліфікацію, а інвестиції в людський потенціал (будь-які дії, що підвищують професійну кваліфікацію і продуктивні здібності) скуповуються у вигляді висококваліфікованої та продуктивної праці, високої заробітної плати і морального задоволення від праці [9].

У зв'язку з цим на перший план виходить проблема формування людського потенціалу, який би швидко реагував на інновації, був готовий залучатися до наукових та виробничих процесів в умовах стрімкого оновлення технологій. Не випадково в усіх стратегіях інноваційного розвитку різних країн з різних регіонів ключовим завданням розвитку економіки є формування «інноваційної людини». Це означає, що кожен громадянин повинен стати «адаптивним до постійних змін: у власному житті, в економічному розвитку, в розвитку науки і технологій, – активним ініціатором і виробником цих змін». Серед компетенцій, якими повинна володіти «інноваційна людина», можна виділити:

- здатність і готовність до безперервної освіти, постійного вдосконалення, перенавчання та самонавчання, професійної мобільності, прагнення до нового;
- здатність мислити критично;
- здатність і готовність до розумного ризику, креативність і підприємливість, вміння працювати самостійно та готовність до роботи в команді, готовність до роботи у висококонкурентному середовищі;

– широке володіння іноземними мовами як комунікаційними інструментами ефективної участі в процесах глобалізації [7].

Перелічені вимоги дозволяють зробити крок від традиційної інтерпретації соціально-економічної категорії як сукупності накопичених знань, умінь, здоров'я та ін., до розкриття сутності людського потенціалу як здатності і готовності індивідів, соціальних спільнот виконувати ті чи інші суспільно-необхідні види діяльності, як «здатність» і «готовність» людей реалізовувати на практиці накопичені знання, вміння тощо.

Людський потенціал не лише визначає можливість держави бути забезпеченою творчими, кваліфікованими кадрами в майбутньому, але й впливає на можливість розширеного суспільного відтворення в його демографічних, економіко-соціальних та духовних аспектах. У сучасних умовах успішність розвитку економіки визначається здатністю до генерації інновацій перетворень, зростанням ролі людини в відтворювальних процесах. Це висуває на перший план проблему формування людського потенціалу та виявлення пріоритетних напрямків його розвитку.

Для визначення досягнень у сфері базового розвитку людини фахівці ПРООН розробили інтегральний показник. Індекс людського розвитку (ІЛР), який до 2013 року визначався як «Індекс розвитку людського потенціалу» (ІРЛП, англ. Human Development Index, HDI). Це інтегральний показник, що розраховується щорічно для міждержавного порівняння і вимірювання рівня життя, грамотності, освіченості і довголіття, як основних характеристик людського потенціалу досліджуваної території. Він є стандартним інструментом при загальному порівнянні рівня життя різних країн і регіонів. Індекс публікується

в рамках програми розвитку ООН в звітах про розвиток людського потенціалу. Він розраховується на основі трьох показників: довголіття, вимірюваного при народженні як тривалість майбутнього життя; досягнутого рівня освіти, що визначається як сукупний індекс грамотності дорослого населення; рівня життя, оцінюваного на базі реального ВВП на душу населення паритет купівельної спроможності у доларах США. За останні 5 років серед країн світу індекси розвитку людського потенціалу в переважній більшості держав поліпилися. Щодо України, то незважаючи на відносно зростання індексів, динаміка рейтингу, навпаки, погіршилася. У 2010 році Україні належала 69-та позиція, у 2015 – 81-та, а у 2019 (останньому році, за який є дані) – 74-та. Попри те, що аналітики оцінили Україну як «країну з високим рівнем людського розвитку», український показник – найнижчий з-поміж європейських держав.

Проблема розвитку людського потенціалу – це проблема відповідності якісних характеристик робочої сили характеру сучасної економіки. В умовах постіндустріалізації зростають вимоги до фізичних якостей і, особливо, до освіти працівника, включаючи його здатність до постійного підвищення кваліфікації. Однак розвиток якісних характеристик робочої сили відбувається вкрай нерівномірно у світовому господарстві. Найгірші показники в цьому плані демонструють країни, що розвиваються, які, однак, виступають основним джерелом поповнення світових трудових ресурсів. Розвитку фізичних якостей людини активно перешкоджають такі фактори як: низький рівень доходів, відсутність повноцінного харчування, погані житлові умови, низький рівень розвитку охорони здоров'я, масові захворювання та ін. Досить зазначити, що, за оцінками ВООЗ, до початку XXI ст. тільки в Африці СНІДом було уражено близько 25% робочої сили. Саме ця обставина обумовлює глобальний характер проблеми розвитку людського потенціалу.

Усвідомлення розвинутими країнами світу вирішальної ролі людського потенціалу в економічній системі суспільства значною мірою актуалізувало питання, пов'язані з необхідністю капіталовкладень в розвиток людини та соціальну інфраструктуру, що її обслуговує.

Країни, які свого часу зробили ставку на розвиток людського потенціалу, перетворилися на світових лідерів технологічного процесу. Про це свідчить досвід країн Південно-Східної Азії, які за рахунок стимулювання людського розвитку здійснили прорив у сфері високих технологій. Таким шляхом ідуть Індія та Китай. Економічний розвиток та інвестиційну привабливість найбільш успішних країн з перехідною економікою (Польщі, Чехії та держав Балтії) експерти пов'язують з і здатністю їх середньої та вищої освіти реактивно реагувати на соціальні та економічні зміни та глобальні виклики.

Розглянемо вплив людського потенціалу на розвиток економіки на прикладі КНР. Визначимо взаємозв'язок ВВП на душу населення з терміном життя, що очікується, середньою тривалістю навчання в роках, терміном навчання населення, що ще отримує освіту, в роках та, власне, з ІРЛП.

Розрахуємо індекс тривалості життя, що очікується, індекс освіти, індекс середнього терміну навчання, індекс терміну навчання, що очікується, індекс доходу та індекс розвитку людського потенціалу. Для розрахунків використовуємо такі формули:

$$LEI = (LE - 20) / (83,4 - 20) \quad (1)$$

де LEI – індекс тривалості життя, що очікується;
LE – термін життя, що очікується.

$$MYSI = (MYS - 0) / (13,1 - 0) \quad (2)$$

MYSI – індекс середнього терміну навчання;
MYS – середня тривалість навчання в роках.

$$EYSI = (EYS - 0) / (18 - 0) \quad (3)$$

EYSI – індекс терміну навчання, що очікується;
EYS – термін навчання населення, що ще отримує освіту, в роках.

$$EI = (\sqrt{(MYS * LE)} - 0) / (0,978 - 0) \quad (4)$$

EI – індекс освіти;
MYS – індекс середнього терміну навчання;
LE – індекс терміну навчання, що очікується.

$$II = (\ln(BVD) - \ln(100)) / (\ln(107721) - \ln(100)) \quad (5)$$

II – індекс доходу;
BVD – ВВП на душу населення;

$$NDI = (LEI * MYSI * II)^{1/3} \quad (6)$$

NDI – індекс розвитку людського потенціалу;
LEI – індекс тривалості життя, що очікується;
MYSI – індекс середнього терміну навчання;
II – індекс доходу [5].

У таблиці 1 наведено та систематизовано результати розрахунків показників ІРЛП.

Виконавши розрахунки індексів, проведемо кореляційний аналіз для виявлення взаємозалежностей. Нижче приведені дані, що свідчать про те, що між індексом розвитку людського потенціалу та індексом тривалості життя, що очікується, індексом освіти, індексом середнього терміну навчання існує пряма пропорційність, а з індексом терміну навчання, що очікується та індексом доходу – висока залежність (таблиця 2).

Таблиця 1

Показники ІРЛП

LEI - індекс тривалості життя, що очікується	EI - індекс освіти	MYSI - індекс середнього терміну навчання	EYSI - індекс терміну навчання, що очікується	II -індекс доходу	NDI - індекс розвитку людського потенціалу
0,963722397	1,035850137	0,923664122	1,111111111	0,848120266	0,946023897
0,966876972	1,00574982	0,93129771	1,038888889	0,849651626	0,9383554
0,971608833	1,00574982	0,93129771	1,038888889	0,853489418	0,941296664
0,974763407	1,016667667	0,946564885	1,044444444	0,856341629	0,946764057
0,976340694	1,028871021	0,954198473	1,061111111	0,856504669	0,951109866
0,979495268	1,043738788	0,961832061	1,083333333	0,856718151	0,956776966
0,981072555	1,058565275	0,969465649	1,105555556	0,858110613	0,962322591
0,984227129	1,062724683	0,977099237	1,105555556	0,861807847	0,965996415
0,985804416	1,062724683	0,977099237	1,105555556	0,863469596	0,967132978
x1	x2	x3	x4	x5	x6

Таблиця 2

Кореляційний аналіз індексів, які характеризують людський потенціал

Індекс	Коефіцієнт кореляції	Характеристика залежності
x1x2	0,757558	висока залежність
x1x3	0,978315	пряма пропорційність
x1x4	0,428928	взаємозв'язку немає
x1x5	0,98289	пряма пропорційність
x1x6	0,904338	пряма пропорційність
x2x3	0,836781	висока залежність
x2x4	0,910174	пряма пропорційність
x2x5	0,717098	висока залежність
x2x6	0,962957	пряма пропорційність
x3x4	0,534819	взаємозв'язок середній
x3x5	0,947648	пряма пропорційність
x3x6	0,945829	пряма пропорційність
x4x5	0,390078	взаємозв'язку немає
x4x6	0,77057	висока залежність
x5x6	0,876513	висока залежність

Людський потенціал має вирішальне значення для економічного розвитку КНР. Провідною частиною сфери розвитку людського потенціалу регіону є:

- формування та впровадження системних моделей взаємодії дітей, батьків, школи, сім'ї, громадянського суспільства і держави як збереження людського потенціалу;
- розвиток індустрії і культури управління здоров'ям як ресурсом збереження людського потенціалу;
- розвиток індустрії превентивної профілактики стресу як одного з основних джерел деградації людського потенціалу з метою формування стресостійкості як фундаменту морального, психічного, соціального і генетичного здоров'я людини і суспільства;
- збільшення доступності та якості медичної допомоги;
- забезпечення зростання реальних грошових доходів населення за рахунок створення умов для підвищення трудової зайнятості та розвитку підприємницької діяльності;
- розвиток соціальної інфраструктури, забезпечення доступності соціальних послуг;

- підвищення рівня соціальної захищеності та ефективності системи надання адресної соціальної підтримки нужденним категоріям населення;
- розвиток мережі установ професійної освіти з урахуванням регіонального ринку праці та галузевої структури економіки;
- розвиток об'єктів культури, фізкультури і спорту;
- розвиток інфраструктури ринку житла;
- забезпечення безперервності та ефективності роботи ЖКГ;
- формування сприятливого інформаційного клімату території як інструменту формування морального, психічного, соціального і генетичного здоров'я суспільства.

Що стосується вищої освіти, як об'єкта інвестування в людський потенціал, то вона займає одне з пріоритетних місць у структурі державних витрат розвинутих країн світу. Усвідомлення провідними країнами наявності тісного зв'язку між рівнем освіченості громадян та економічним зростанням (згідно експертних оцінок, близько 60% приросту національного доходу у розвинутих країнах світу

нині досягається за рахунок приросту знань), стало рушійною силою нарощування державних витрат на розвиток цієї сфери.

Ще одним важливим напрямком інвестування в людський потенціал є вкладення у фундаментальні наукові розробки. Підвищена увага до НДДКР визначається тим, що в процесі розвитку науки не лише генеруються інтелектуальні новації, на основі яких формуються нові технології виробництва та способи споживання, поширюються технологічні нововведення та підвищується продуктивність праці, але й у самих людей виникають нові здібності та потреби. Крім того, науково-дослідні роботи характеризуються високим рівнем віддачі у розрахунку на одиницю витрат середня віддача інвестицій НДДКР оцінюється у 50-80%, а за найбільш перспективними інноваційними розробками (галузь волоконної оптики) досягає до 500%.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, вкладення в людський потенціал та сприяння його розвитку, зокрема через зовнішньоекономічне співробітництво у сфері вищої освіти, перетворюються в найефективніший вид інвестицій, що сприяють економічному зростанню.

Висококваліфіковані кадри є найбільш динамічним компонентом виробничої системи суспільства: вони генерують нові ідеї, каталізують процеси впровадження у виробничу практику наукових відкриттів, легше сприймають нову інформацію, ефективніше використовують раніше не відомі засоби виробництва та нові технологічні процеси, опановують нові галузі знань. Тому рівень продуктивності праці, темпи економічного зростання та науково-технічного прогресу залежать від якості розвитку людського потенціалу. Ті країни, які створили умови для всебічного, творчого розвитку людини, на сьогодні є абсолютними лідерами завдяки досягненню високих показників продуктивності праці в різних сферах народного господарства, завдяки можливості динамічно нарощувати інтелектуальний потенціал суспільства, що забезпечує стійкі темпи економічного зростання. У зв'язку з цим, впродовж другої половини ХХ ст. у провідних країнах світу в системі державних витрат випереджуючими темпами зростали обсяги фінансових вкладень в людський потенціал, передусім у систему освіти, професійної підготовки, підвищення кваліфікації, охорону здоров'я, розвиток творчих здібностей.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Bértola L., Gatti L. New historical estimates of the human development index. *Documentos de Trabajo On Line*. FCS-PHES;66. 2021.
2. Doronina O., Karpenko A. Human Potential and Innovation as Drivers of Competitiveness in the New Economy. *Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy*. 2019. №. 12. С. 71-81.
3. Human development in Putin's Russia. What the data tell us: European Parliament. URL : [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/729375/EPRS_BRI\(2022\)729375_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/729375/EPRS_BRI(2022)729375_EN.pdf)
4. Human Development Index (HDI) by Country 2022 : European Parliament URL : <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/hdi-by-country>
5. Latkovska T., Bila-Tiunova L. Political and economic governance: a comparative analysis of Eastern European countries and Ukraine. *Baltic journal of economic studies*. 2019. Т. 5. №. 3. С. 91-98.
6. Picatoste X., Novo-Corti I., TÁ® rcÇŽ D. M. Human Development Index as an Indicator of Social Welfare. No Poverty. Cham : Springer International Publishing, 2021. С. 449-459.
7. Shkola V. Y. Competitiveness of Ukraine in modern international economic relations : дис. Сумський державний педагогічний університет, 2020.
8. Södersten C. J., Schmidt S. Norway: Rich+ Green= Sustainable? A Triple Bottom Line Analysis of Global Consumption. – Jenny Stanford Publishing, 2022. С. 171-179.
9. Ukraine war's impact on trade and development : UNCTAD. URL : <https://unctad.org/news/ukraine-wars-impact-trade-and-development>
10. Wiers-Jenssen J. Paradoxical attraction? Why an increasing number of international students choose Norway. *Journal of Studies in international Education*. 2019. Т. 23. №. 2. С. 281-298.

Стаття надійшла до редакції 15 листопада 2022 р.

Стаття рекомендована до друку 17 грудня 2022 р.

Nadiia Kazakova, Ph.D (Geography), associate professor, Head of Arthur Golikov International Economic Relations Department, V.N. Karazin Kharkiv National University, Svobody Sq. 4, Kharkiv. 61022, e-mail: n.a.kazakova@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4592-1466>

Alina Sholom, Ph.D (Economics), associate professor of Arthur Golikov International Economic Relations Department, V.N. Karazin Kharkiv National University, Svobody Sq. 4, Kharkiv. 61022, e-mail: sholom@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8471-5753>

Shi Huili, PhD student, V.N. Karazin Kharkiv National University, Svobody Sq. 4, Kharkiv. 61022, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9356-5531>

HUMAN POTENTIAL AND ITS INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF THE CHINA ECONOMY

Traditional sources of national power of the countries of the world are currently much less important in ensuring the high competitive status of national economies than such factors as the presence of a powerful innovative potential of states, the speed of their mastering the scientific and technological model of economic development and, most importantly, the quality of human resources and conditions of its reproduction. The subject of the study is the conditions and factors of human resource development of national economies and its impact on the development of the economy of the People's Republic of China. The goal is to assess the level of development of the economies of the world's regions depending on the state of human potential, as well as detection. The objective: to reveal the research methodology of the "human resource" category, to analyze the impact of human resources on the development of the country's economy, to assess the current state of the human resources of the PRC and to substantiate the main directions of development and qualitative improvement of the country's human resources. Methods: historical-logical method (when studying the category "human resource" and classifying theories revealing its content, as well as revealing the evolution of the formation and development of the world and domestic scientific school of human resource research); system-structural analysis of economic processes and phenomena (when studying processes of transnationalization of human resources at the micro, state, regional, and global levels); analysis and synthesis (when studying modern forms of intellectualization of production in social reproduction, clarifying the role of human resources in the formation of strategic competitive advantages of countries and the impact of investments in human resources on indicators of the intellectual and educational and qualification level of the population); the method of quantitative and qualitative comparisons (when assessing the qualitative and quantitative characteristics of the human resources of the People's Republic of China according to international criteria of its competitiveness); statistical and graphic methods (when processing and summarizing statistical data and displaying them in the most informative form - tables, figures, diagrams). The following results were obtained: methodological approaches to the definition of the "human resource" category were revealed, the evolution of the human factor in the process of socio-economic and humanitarian transformations of global development was studied, and the relationship between human resources and the development of the Chinese economy was determined. Conclusions: it is calculated that human potential is of decisive importance for the economic development of the PRC, investing in human potential and promoting its development, in particular through foreign economic cooperation in the field of higher education, turn into the most effective type of investment that contributes to economic growth.

Keywords: *human potential, human resource, PRC, economic development, foreign economic cooperation in the field of higher education*

REFERENCES

1. Bértola, L., & Gatti, L. (2021). New historical estimates of the human development index. *Documentos de Trabajo On Line/FCS-PHES*; 66.
2. Doronina, O., & Karpenko, A. (2019). Human Potential and Innovation as Drivers of Competitiveness in the New Economy. *Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy*, (12), 71-81.
3. Human development in Putin's Russia. What the data tell us : European Parliament. URL : [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/729375/EPRS_BRI\(2022\)729375_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/729375/EPRS_BRI(2022)729375_EN.pdf)
4. Human Development Index (HDI) by Country 2022 : European Parliament URL : <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/hdi-by-country>
5. Latkovska, T., & Bila-Tiunova, L. (2019). Political and economic governance: a comparative analysis of Eastern European countries and Ukraine. *Baltic journal of economic studies*, 5(3), 91-98.
6. Picatoste, X., Novo-Corti, I., & TÁ@ rcČŽ, D. M. (2021). Human Development Index as an Indicator of Social Welfare. In *No Poverty* (pp. 449-459). Cham: Springer International Publishing.
7. Shkola, V. Y. (2020). *Competitiveness of Ukraine in modern international economic relations* (Doctoral dissertation, Сумський державний педагогічний університет).
8. Södersten, C. J., & Schmidt, S. (2022). Norway: Rich+ Green= Sustainable?. In *A Triple Bottom Line Analysis of Global Consumption* (pp. 171-179). Jenny Stanford Publishing.
9. Ukraine war's impact on trade and development : UNCTAD. URL : <https://unctad.org/news/ukraine-wars-impact-trade-and-developmen>
10. Wiers-Jenssen, J. (2019). Paradoxical attraction? Why an increasing number of international students choose Norway. *Journal of Studies in international Education*, 23(2), 281-298.

The article was received by the editors 15.11.2022

The article is recommended for printing 17.12.2022

DOI: 10.26565/2310-9513-2022-16-04
УДК 339.97: 338.43: 332.2.021(045)

СВІТОВА ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ

Кучечук Лариса Володимирівна

канд. екон. наук, доцент кафедри

туристичного бізнесу та країнознавства

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: l.malakhova@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/orcid.org/0000-0002-6885-8949>

Харчування є першочерговою потребою будь-якої людини, саме тому продовольча безпека як на національному, так і глобальному рівні, завжди має особливе значення. Предметом дослідження є світова продовольча безпека. Метою даної статті є аналіз сучасного стану світової продовольчої безпеки, визначення основних її викликів та оцінка основних тенденцій розвитку за останні роки. Для досягнення мети в роботі поставлено та вирішено наступні завдання, а саме, проаналізовано різні підходи до визначення поняття «продовольча безпека», проведено аналіз кількості голодуючого населення у світі в цілому та його регіонах за період 2005-2021 рр., визначено основні виклики для світової продовольчої безпеки. Загальнонаукові методи, які застосовувалися для досягнення мети дослідження: аналіз, синтез, систематизація, порівняння, абстрактно-логічний метод. Результати дослідження свідчать, що кількість голодуючих як в кількісному, так і у відсотковому значенні з 2005 року по 2018 рік майже постійно зменшувалась, а з 2019 року – почала невпинно рости. Зазначено, що найбільша кількість голодуючих осіб проживає в Азії, а найбільший відсоток населення, що недоїдає відзначається в Африканському регіоні. З 2020 року світова продовольча безпека значно погіршилася, а основною причиною для цього стала всесвітня пандемія COVID-19, через яку кількість голодуючих осіб почала стрімко зростати по всій планеті. Основний негативний вплив проявився у зменшенні доходів населення та зростанні цін на продовольство. Окрім цього негативні наслідки пандемії COVID-19, проявились і у скороченні продовольчого виробництва, а саме скоротився доступ дрібних виробників до необхідних ресурсів, зменшився попит на деякі продукти харчування через закриття закладів громадського харчування, відбулося тимчасове припинення експорту. Зазначено, на початку 2022 року перед глобальною продовольчою безпекою виник новий виклик – російсько-українська війна. Через призупинення українського експорту спостерігалися рекордні ціни на продовольство, що значно погіршило доступ малозабезпеченого населення до продуктів харчування. Після підписання зернової угоди та відновлення українського експорту зерна, ситуація дещо стабілізувалася. Висновок: стійке погіршення світової продовольчої безпеки спостерігається з початку 2020 року, основною причиною якого стала пандемія COVID-19, а у 2022 році новим викликом стала – російсько-українська війна.

Ключові слова: *світова продовольча безпека, індекс цін на продовольство, кількість голодуючого населення, пандемія COVID-19, російсько-українська війна.*

Як цитувати: Кучечук Л.В. Світова продовольча безпека: тенденції та виклики. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2022. № 16. С. 34–40. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-04>

In cites: Kuchechuk L. V. (2022) Global food security: trends and challenges. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (16), P. 34–40. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-04> (in Ukrainian)

Актуальність проблеми. Світова продовольча безпека вже давно знаходиться під пильною увагою багатьох урядів країн та міжнародних організацій. 18 вересня 2015 року було прийнято програмний документ ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний у галузі сталого розвитку на період до 2030 року Цілях сталого розвитку (ЦСР)», у рамках якого заявлено «Ціль 2: Покінчити з голодом, забезпечити продовольчу безпеку і поліпшити харчування та сприяти сталому розвитку сільськогосподарства». Після прийняття цього документу минуло вже майже 8 років, але ситуація не покращується, а навпаки – погіршується. На погіршення світової продовольчої безпеки впливає багато факторів, зокрема, пандемія COVID-19, екстремальні кліматичні та погодні умови, озброєні конфлікти та війни, економічні потрясіння та інші. Зростаюча кількість негативних факторів та кількості голодуючого населення світу, а також погіршення світової продовольчої безпеки, обумовлює актуальність досліджень цього напрямку.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідженням продовольчої безпеки та проблеми займалися наступні зарубіжні вчені: К. Арауджо, У. Бек, О. Бадьян, Ж. Ж. Дезір, Д. М. Гвішиані, В. Ейкрод, Дж. Дрезе, Е. Екхольм, Д. Махендра, А. Сен, С. Османі, Т. Шульц, Шенген Фен. Серед вітчизняних вчених значний внесок у вивчення теоретичних досліджень глобальної продовольчої безпеки та сфери виробництва й розподілу продовольчих ресурсів проводили такі українські вчені як О.Г. Білоус, В.І. Власов, О.І. Гойчук, В.В. Ковальов, П.Т. Саблук, М.Й. Хорунжий, О.М. Яценко та інші. Водночас, проблематика впливу нових негативних чинників на світову продовольчу безпеку у вітчизняній науковій літературі висвітлена недостатньою мірою і потребує подальшого дослідження.

Мета даної статті – проаналізувати сучасний стан світової продовольчої безпеки, визначити основні її виклики та оцінити основні тенденції розвитку за останні роки.

Виклад основного матеріалу. На початку нашого дослідження необхідно розглянути визначення поняття «продовольча безпека». Так за визначенням Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО), продовольча безпека – це чітко функціонуюча система, яка забезпечує всі прошарки населення продовольством за прийнятими фізіологічними нормами за рахунок власного виробництва та необхідного рівня імпорту тих продуктів, для виробництва яких відсутні внутрішні умови [1, с. 15].

В Законі України «Про основи національної безпеки» це поняття також надається: «Продовольча безпека – захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, за якої держава гарантує фізичну і економічну доступ-

ність та якість життєво важливих продуктів харчування населенню згідно з науково обґрунтованими наборами продуктів харчування, підтримує стабільність продовольчого забезпечення населення та забезпечує продовольчу незалежність» [2].

Українські вчені П.Т. Саблук, О.Г. Білоус, В.І. Власов, визначають ключовими характеристиками продовольчої безпеки є доступність, можливість, сталість і використання продовольства, які багато в чому залежать не тільки від зростання виробництва аграрної продукції, а й від торговельної політики, розвитку торговельних зв'язків на ринках аграрної продукції, що можуть зміцнити ці характеристики до позитивного рівня [3, с. 3-4].

Як зазначає Румик І.І., західні економісти найчастіше вважають доцільним розглядати продовольчу безпеку на глобальному, міжнародному рівні. Тобто, багато зарубіжних вчених вивчають проблему забезпечення продовольством з глобальних принципів його доступності і не торкаються питань національної продовольчої безпеки [4, с. 78].

На нашу думку, продовольчу безпеку необхідно розглядати як на національному, так і глобальному рівні. Але слід зазначити продовольча безпека держави у сучасних глобалізованих умовах багато в чому залежить від умов на світовому ринку продовольства. Тобто, виходячи з цього, можна надати наступне визначення продовольчої безпеки – це глобальні стабільні умови розвитку світового ринку продовольства, за яких все населення планети має доступ до повноцінного харчування, що забезпечується як агропродовольчим комплексом країни проживання, так і імпортними продуктами харчування.

Розглянемо один з найголовніших показників світової продовольчої безпеки – кількість голодуючих осіб у світі, який щорічно досліджує Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО). Динаміка цього показника за останнє десятиліття, представлена на рисунку 1.

Як видно з рисунку 1, з 2011 року кількість голодуючого населення в світі щорічно зменшувалась до 2014 року, а з 2015 по 2019 рр. – спостерігались невеличкі коливання, але можна сказати, що це був стабільний період. Але з 2020 року почалося різке зростання кількості голодуючих осіб, за 2020 рік цей показник збільшився більше ніж на 70 млн. осіб, а у 2021 році – ще більше ніж 40 млн. осіб. Слід також зазначити, що ФАО надає усереднені показники за 2020 та 2021 рр., так, наприклад, максимальна кількість голодуючих у 2021 році складає 828 млн. осіб. Таким чином, за 2 роки кількість голодуючого населення у світі різко зросла та приріст склав більше 100 млн. осіб. [1, с. 13]. Такої негативної динаміки не спостерігалось вже дуже давно.

Також розглянемо динаміку цього показника у кількісному вимірі та процентному відношенні до населення регіонів світу, яка представлена у таблиці 1.

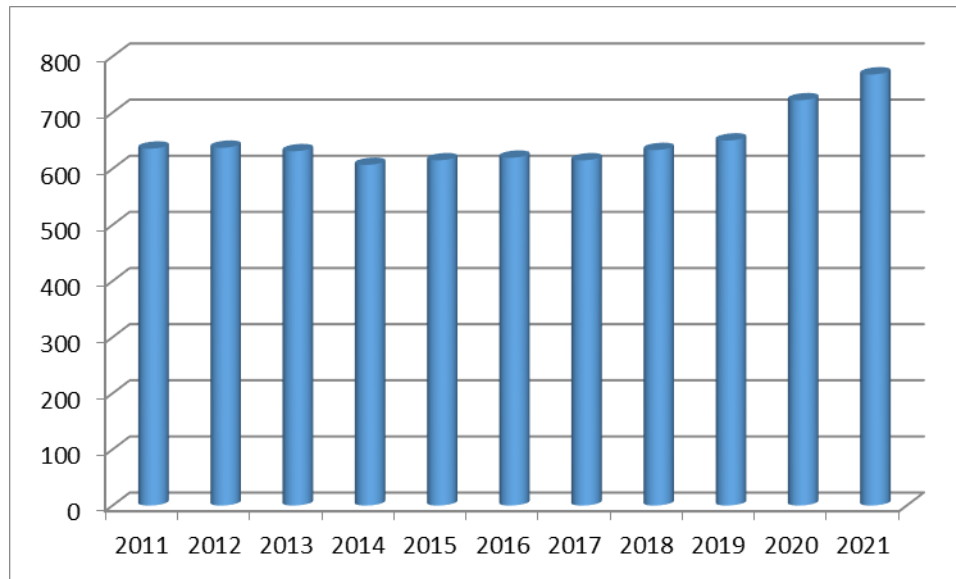


Рис 1. Динаміка кількості голодуючого населення в світі в період 2011-2021 рр.
Складено автором за матеріалами: [1, с. 13]

Таблиця 1

**Кількість голодуючого населення у регіонах світу за період 2005-2021 рр.
(млн. осіб та % від всього населення, що проживає у регіоні)**

	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Світ в цілому	805,5 (12,3)	601,3 (8,6)	558,6 (8,0)	585,1 (7,8)	573,3 (7,6)	590,6 (7,7)	618,4 (8,0)	721,7 (9,3)	767,9 (9,8)
Африка	189,9 (20,7)	171,0 (16,5)	187,4 (15,8)	198,0 (16,3)	203,5 (16,4)	216,8 (17,0)	227,5 (17,4)	262,8 (19,6)	278,0 (20,2)
Азія	552,5 (13,9)	381,5 (9,1)	356,4 (8,0)	336,2 (7,5)	320,8 (7,1)	323,1 (7,1)	339,9 (7,4)	398,2 (8,6)	424,5 (9,1)
Латинська Америка та Карибський басейн	51,7 (9,3)	39,1 (6,6)	35,9 (5,8)	42,5 (6,7)	40,7 (6,4)	42,5 (6,6)	43,3 (6,7)	52,3 (8,0)	56,5 (8,6)
Океанія	2,3 (6,8)	2,3 (6,2)	2,3 (5,7)	2,3 (5,8)	2,4 (5,8)	2,4 (5,7)	2,3 (5,6)	2,3 (5,4)	2,5 (5,8)

Складено автором за матеріалами: [1, с. 14-15]

Як ми бачимо з таблиці 1, кількість голодуючих як в кількісному, так і у відсотковому значенні з 2005 року по 2018 рік майже постійно зменшувалась, а з 2019 року – почала невпинно рости. Якщо розглянути цей показник по регіонах, то можна відмітити, що найбільша кількість голодуючих осіб проживає в Азії, а найбільший відсоток населення, що недоїдає відмічається в Африканському регіоні. Найкатастрофічніша ситуація спостерігається саме в Африці, невелика позитивна динаміка на зменшення голодуючого населення спостерігалася лише з 2005 по 2010 роки, а з 2015 року – кількість недоїдаючих щорічно зростає. В Африканському регіоні з 2005 року до 2021 року кількість голодуючих осіб виросла майже на 90 млн. Азійській регіон був і залишається лідером за цим показником, але тут спостерігається позитивна динаміка на зменшення голодуючих осіб у період з 2005 по 2018 рр., ми бачимо скорочення аж на 230 млн. осіб. Але з

2020 року в Азії, як і у всьому світу, знову почалося розповсюдження голоду та недоїдання. У країнах Латинської Америки та Карибського басейну також спостерігалася позитивна динаміка на зменшення голодуючих осіб у період з 2005 по 2018 рр., відбулося скорочення цього показнику майже на 9 млн. осіб, але з 2019 по 2021 рр. знову відбувся значний регрес на 13 млн. осіб, тобто кількість голодуючого населення у 2021 році перевищила рівень 2005 року. Найбільш стабільна ситуація у країнах Океанії, показник кількості голодуючого населення з 2005 року залишається постійно майже на одному рівні, лише у 2021 році він виріс на 200 тис. осіб. Показники у країнах Північної Америки та Європи відсутні, кількість голодуючого населення складає менше 2,5% від усього населення регіону.

Таким чином можна зробити висновок, що з 2020 року світова продовольча безпека значно погіршилася, а основною причиною для цього

стала всесвітня пандемія COVID-19. Розглянемо в чому саме проявився негативний вплив пандемії COVID-19 на світову продовольчу безпеку. В першу чергу, негативний вплив, пов'язаний переважно з відсутністю доступу до продовольства – доходи падають, ціни на продовольство зростають. Так, наприклад, ситуація в малих острівних державах і територіях ускладнилася через те, що в'їзний туризм, який є важливим джерелом доходів, майже призупинився, а відновлюватись туристичні потоки розпочинають поступово та сягнуть доковідних цифр ще не скоро [5, с. 80].

За даними Світового банку економічні наслідки пандемії можуть призвести до крайньої бідності близько 100 мільйонів людей [6]. Стрімке зростання безробіття, втрата доходів і зростання цін на продукти харчування ставлять під загрозу доступ до продовольства як у розвинених, так і в країнах, що розвиваються, і будуть мати довгострокові наслідки для продовольчої безпеки.

Також пандемія COVID-19 вплинула на світову продовольчу безпеку не тільки через підвищення цін на продукти харчування та зниження доходів населення, а також мала негативний вплив на виробництво продовольства. У країнах, де рівень гострої відсутності продовольчої безпеки вже був високий, проблему представляє вже не лише доступ до продовольства, а й дедалі більшою мірою – виробництво продовольства. Дослідження, що проводились Продовольчою та сільськогосподарською організацією ООН (ФАО) в країнах, яких вже торкнулась криза, показують, що дрібні виробники втрачають доступ до таких ресурсів, як насіння та добрива через зростання цін на ці ресурси, різко зменшуючи доходи домогосподарств та / або спостерігається дефіцит цих ресурсів на ринку. Пандемія мала негативний вплив і на сектор тваринництва через зменшення доступності кормів для тварин і скорочення пропускної здатності скотобоєн (із-за логістичних обмежень і нестачі робочої сили), як це сталося в Китаї. А, наприклад, у Зімбабве поставки кормів для скоту були порушені в результаті заходів зі стримування пандемії та нездатності компаній-виробників кормів отримати доступ до сировини та робочої сили [6].

Закриття ресторанів та звичайних торговельних точок під час обмежень, пов'язаних з пандемією, призвело до усунення ринку збуту для багатьох виробників і переробників продовольства, що викликало тимчасове перенасичення ринку та спровокувало скорочення обсягів виробництва, особливо на рибному і м'ясному ринку.

Продовольчий товаропровідний ланцюжок – це складна мережа, що включає виробників, споживачів, сільськогосподарські та рибальські виробничі ресурси, переробку та зберігання, транспортування, збут тощо. На початку кризи продовольчі товаропровідні

ланцюжки працювали з перебоями, оскільки багато країн запровадили обмеження на переміщення товарів та людей між країнами та всередині країн. Потім деякі країни, стурбовані невизначеністю, пов'язаною з постачанням продовольства, обмежили експорт продовольства, що ще більше ускладнило ситуацію. Ці протекціоністські заходи були запроваджені частково для того, щоб уникнути зростання місцевих цін на продовольство, оскільки з ослабленням національних валют виробникам продовольчих товарів продавати на експорт стало вигідніше, ніж на внутрішньому ринку. Інфляція цін на продовольство, що виникла в результаті, могла призвести до серйозних наслідків – посилити бідність і викликати соціальні та політичні хвилювання. На щастя, надмірного протекціонізму вдалося уникнути, і багато запроваджених обмежень було скасовано, а країни вибрали загалом стриманий та розумний підхід. У глобальному масштабі постачання продовольства достатнє, і ринки поки що залишаються доволі стійкими [7, с. 25].

Тобто, пандемія COVID-19 значно погіршила світову продовольчу безпеку. Цей негативний вплив проявився у зменшенні доходів населення та зростанні цін на продовольство. Окрім цього негативні наслідки проявились і у скороченні продовольчого виробництва, а саме скоротився доступ дрібних виробників до необхідних ресурсів, зменшився попит на деякі продукти харчування через закриття закладів громадського харчування, відбулося тимчасове припинення експорту.

Наразі дані зі кількості голодуючого населення за 2022 рік відсутні, але світова продовольча безпека зіштовхнулася із новим викликом – російсько-української війною. І загрозою для світової продовольчої безпеки став ускладнений експорт вітчизняної продовольчої продукції до інших держав через блокування портів України з боку країни-агресора (60 % сільськогосподарської продукції України експортується морем). Такий перебіг подій негативно вплинув насамперед на продовольчу безпеку країн-імпортерів сільськогосподарських продуктів з нашої країни. У результаті чорноморської блокади у портах України було заблоковано понад 22 млн. тонн зерна, значна частина якого призначалася для Всесвітньої продовольчої програми ООН [8]. Тобто, це зерно було призначено для гуманітарної допомоги найбільш вразливим верствам населення найменш розвинених країн.

Вищеописані проблеми призвели до виникнення серйозних загроз глобальній продовольчій безпеці. По-перше, це значний ріст цін на продукти харчування, а, по-друге, глобальний інфляційний стрибок, який передусім вразив країни з малорозвиненою нестабільною економікою на Близькому Сході та у Північній Африці.

Розглянемо вплив воєнних дій на території України на світові ціни на продовольство. Для

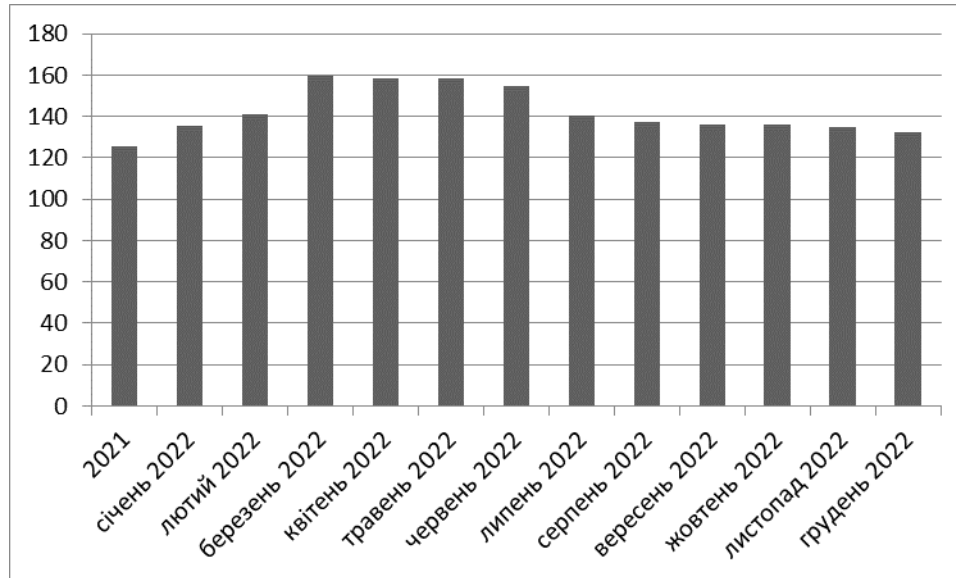


Рис.2. Індекс цін на продовольство ФАО 2021-2022 рр.
Складено автором за матеріалами: [9]

цього проаналізуємо індекс цін на продовольство Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО) за кожен місяць 2022 року, який представлений на рисунку 2.

Як ми бачимо з рисунку 2, індекс цін на продовольство у січні складав 135,6, а у березні досяг свого історичного максимуму – 159,7. Слід зазначити, що 22 липня 2022 року у Стамбулі за результатами чотиристоронньої зустрічі України, Туреччини, ООН та РФ підписано угоду, за якою буде здійснюватися експорт зерна та іншого продовольства з портів України [8]. Ця подія позитивно вплинула на світові продовольчі ціни, а саме з липня спостерігається значне зниження цього індексу.

Також окрім загального індексу цін на продовольство, доцільно розглянути ще два індекси цін на зернові та рослинні олії. Ці категорії є основними у українському експорті, тому саме у цих групах спостерігалось найбільше підвищення цін. Так, індекс цін на зернові у лютому складав 145,3, у березні вже досяг рекордного значення – 170,1, а у травні навіть ще збільшився до позначки 173,5, а після підписання зернової угоди у липні – пішов на спад – 147,3. Така ж ситуація спостерігалася і з індексом на рослинні олії, у січні 2022 року він складав 185,9, а у березні спостерігалось рекордне значення – 251,8, а з липня індекс почав знижуватися та у жовтні навіть досяг значення нижче, ніж до війни в Україні – 150,1 [9]. Слід зазначити, що таке зниження відбулося не тільки через розблокування українських портів, а й через збільшення використання альтернативних видів олій. Зростання цін відбулося також на корми, що призвело до зростання цін на м'ясо і супутні продукти, але воно було не таким значним, як на вищезазначені категорії.

Тобто, проаналізувавши індекси цін на продовольство, можна зробити висновок, що зменшення українського експорту значно вплинуло на стан світового продовольчого ринку та безпеки. Хоча обсяги українського експорту займають всього 0,3% у загальних обсягах світової торгівлі і лише 0,2% у світовому ВВП, блокування українських портів показало, що деякі країни, у першу чергу, Африки та Південно-Східній Азії, надзвичайно сильно залежать від експортних поставок зернових з України. Наприклад, в структурі експорту кукурудзи Україна займає такі відсоткові значення у таких країнах: 85% до Литви, 84% до Китаю, 70% до Індії, 68% до Ізраїлю, 60% до Тунісу, 58% до Нідерландів, 45% до Туреччини, 43% до Норвегії. По соняшниковій олії Україна займає 64% у загальному експорті до Тунісу, 70% у Молдові та Китаї, 94% у Непалі, 85% в Індії, 83% у Гаяні, 82% у Танзанії тощо [10].

Тобто, російсько-українська війна мала значний вплив на світову продовольчу безпеку, особливо на своєму початку. І скоріш за все, кількість голодуючого населення у світі за 2022 рік знову зростає. У березні 2022 року спостерігалися рекордні ціни на продовольство. А з підписанням зернової угоди та відновленням українського експорту, ситуація почала стабілізуватися. Не дивлячись на усі перепони воєнного часу, у 2022 році аграрії України змогли зібрати достатній врожай зернових, зернобобових та олійних культур як для внутрішніх потреб, так і для продовження експорту.

Висновки. Таким чином можна зробити висновки, що у період 2015 -2019 рр. світова продовольча безпека поліпшувалася про що, свідчить зменшення кількості голодуючого населення, особливо

в Азійському регіоні. Негативна динаміка за цей же період спостерігалася лише у Африканському регіоні. А починаючи з 2019 року світова продовольча безпека почала значно погіршуватися через негативний вплив пандемії COVID-19, через що кількість голодуючих осіб почала стрімко зростати по всій планеті. Основний негативний вплив проявився у зменшенні доходів населення та зростанні цін на продовольство. Окрім цього негативні наслідки пандемії COVID-19, проявились і у скороченні продовольчого виробництва, а саме скоротився доступ дрібних виробників до необхідних ресурсів, зменшився попит на деякі продукти харчування через закриття закладів громадського харчування, відбулося тимчасове припинення

експорту. На початку 2022 року світ почав оговтуватися від наслідків пандемії COVID-19, але перед глобальною продовольчою безпекою виник новий виклик – російсько-українська війна. Через припинення українського експорту спостерігалися рекордні ціни на продовольство, що знову таки значно погіршило доступ малозабезпеченого населення до продуктів харчування. Після підписання зернової угоди та відновлення українського експорту зерна, ситуація дещо стабілізувалася. Але остаточні наслідки цього виклику будуть відомі у 2023 році після опублікування даних ФАО про кількість голодуючого населення за 2022 рік. На нашу думку, негативна динаміка все ще зберігатиметься.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. The State of Food Security and Nutrition in the World 2022. Repurposing food and agricultural policies to make healthy diets more affordable. Rome, FAO. 232 p.
2. Закон України «Про продовольчу безпеку України». URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=-8370-1&skl=7.
3. Саблук П. Т., Білоус О. Г., Власов В. І. Продовольча безпека України. *Економіка АПК*. 2009. № 10. С. 3-7.
4. Румик І.І. Продовольча безпека в умовах компліментарності національної економіки : дис. ... док. екон. наук : 08.00.03 / Університет економіки та права «Крок». Київ, 2020. 567 с.
5. Вопросы и ответы: пандемия COVID-19 – последствия для агропродовольственного сектора. URL: <https://www.fao.org/2019-ncov/q-and-a/impact-on-food-and-agriculture/ru/>
6. FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. The State of Food Security and Nutrition in the World 2021. Transforming food systems for food security, improved nutrition and affordable healthy diets for all. Rome, FAO. 2021. 240 p.
7. World food situation. URL: <https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>
8. Кучечук Л.В. Вплив пандемії Covid-19 на загострення глобальної продовольчої проблеми. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції «Особливості суспільно-політичного розвитку та модернізаційні процеси у країнах пострадянського простору». Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна 2022. С. 79-82.
9. Глобальна продовольча криза через рф. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3544229-globalna-prodovolca-kriza-cerez-rf-ukraina-zapuskae-komunikacijnu-kampaniu.html>
10. Виклики для продовольчої безпеки: що пропонує СОТ. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2022/10/17/7148819/>

Стаття надійшла до редакції 12 жовтня 2022 р.

Стаття рекомендована до друку 15 грудня 2022 р.

Larysa Kuchechuk, Ph.D (Economics), Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: lmalakhova@karazin.ua. ORCID: <https://orcid.org/orcid.org/0000-0002-6885-8949>

GLOBAL FOOD SECURITY: TRENDS AND CHALLENGES

Food is the primary need of any human being, which is why the food security at the both national and global levels is always important. The subject of this research is the global food security. The purpose of this article is to analyze the current state of global food security, identify its main challenges and development trends of recent years. To achieve the goal of this article the author sets and solves following tasks, namely, analyzes different approaches to defining the concept of «food security» and the number of starving people in the world and in its regions for the period 2005-2021, identifies the

main challenges for the world food security. General scientific methods were used to achieve the goal of research: analysis, synthesis, systematization, comparison, abstract-logical method. The results of the research show that number of starving people both quantitatively and in percentage terms from 2005 to 2018 almost constantly decreased, and from 2019 began to grow steadily. The author notes that the largest number of starving people live in Asia, and the largest percentage of the undernourished population live in the African region. Since 2020 global food security has worsened significantly, and the main reason for this was the global COVID-19 pandemic, because of which the starving people number began to rise rapidly across the planet. The main negative impact was manifested in the population income decrease and an food prices increase. In addition, the negative consequences of the COVID-19 pandemic were also manifested in the reduction of food production, namely, the access of small producers to the necessary resources was reduced, some food products demand decreased due to the closure of public catering establishments, and also there was a temporary suspension of exports. The author highlights that at the beginning of 2022 a new global food security challenge appeared, it was the Russian-Ukrainian war. Due to the stopping of Ukrainian exports, record food prices were observed, which significantly worsened the access of the low-income population to food products. After the signing of the grain agreement and the resumption of Ukrainian grain exports, the situation stabilized. Conclusion: a steady deterioration of global food security has been observed since the beginning of 2020, the main cause of which was the COVID-19 pandemic, and in 2022 appeared a new challenge, Russian-Ukrainian war.

Keywords: *global food security, food price index, number of starving population, COVID-19 pandemic, Russian-Ukrainian war.*

REFERENCES

1. FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO (2022). The State of Food Security and Nutrition in the World 2022. Repurposing food and agricultural policies to make healthy diets more affordable. Rome, FAO. 232 p.
2. Zakon Ukrainy «Pro prodovolchu bezpeku Ukrainy». Available at: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?p-f3516=8370-1&skl=7.
3. Sabluk P. T., Bilous O. H., Vlasov V. I. (2009) Prodovolcha bezpeka Ukrainy [The food security of Ukraine] *Ekonomika APK*. Vol. 10. pp. 3-7.
4. Romyk I.I. (2020) Prodovolcha bezpeka v umovakh komplimentarnosti natsionalnoi ekonomiky [The food security in the context of the complimentary of the national economy] (PhD thesis), Kyiv: University of economics and law «Krok».
5. Voprosu y otvetu: pandemyia COVID-19 – posledstvyia dlia ahroprodovolstvennoho sektora. Available at: <https://www.fao.org/2019-ncov/q-and-a/impact-on-food-and-agriculture/ru/>
6. FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO (2021). The State of Food Security and Nutrition in the World 2021. Transforming food systems for food security, improved nutrition and affordable healthy diets for all. Rome, FAO. 240 p.
7. World food situation. Available at: <https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>
8. Kuchechuk L.V. (2022) Vplyv pandemii Sovid-19 na zahostrennia hlobalnoi prodovolchoi problemy [The impact of COVID-19 pandemic on the food problem aggravation] Proceedings of *Vseukrainskaya naukova konferentsia «Osoblyvosti suspilno-politychnoho rozvytku ta modernizatsiini protsesy u krainakh postradianskoho prostoru»*. Kharkiv : KhNU imeni V. N. Karazina pp. 79-82.
9. Hlobalna prodovolcha kryza cherez rf. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3544229-globalna-prodovolca-kryza-cerez-rf-ukraina-zapuskae-komunikacijnu-kampaniu.html>
10. Vyklyky dlia prodovolchoi bezpeky: shcho proponuie SOT. Available at: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2022/10/17/7148819/>

The article was received by the editors 12.10.2022

The article is recommended for printing 15.11.2022

EKOONOMIKA

DOI: 10.26565/2310-9513-2022-16-05
УДК 005.336:332.146:339.9

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Фат'янов Данііл Володимирович

аспірант кафедри вищої математики

й економіко-математичних методів

Харківський національний економічний університет

імені Семена Кузнеця

61166, м. Харків, проспект Науки, 9-А

e-mail: mister.l.l.l.d.l.l.l@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3233-9098>

Воєнні умови діяльності підприємств спричинили перегляд змісту методичного забезпечення багатьох функцій управління, зокрема оцінки. Зростає значення таких характеристик оцінки як терміновість, своєчасність, об'єктивність, наукова обґрунтованість, дієвість. Стаття присвячена формуванню оновленого методичного забезпечення оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства (ЕІПП), перевагами якої є означені її характеристики. Розглянуто змістовне наповнення інформаційно-аналітичного забезпечення оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства. Предметом дослідження є оцінка ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства. Мета полягає у обґрунтуванні логіки етапів оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства, методів вирішення завдань оцінки, конкретизації очікуваних результатів. Завдання: розробити методичне забезпечення оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства. Використовуються загальнонаукові методи: системний аналіз для визначення змістовної сутності ефективності використання експортно-імпортного потенціалу; методи побудови таксономічного показника розвитку та показника структурної динаміки – для визначення рівнів ефективності використання ЕІПП; регресійного аналізу, канонічного аналізу – для виявлення причинно-наслідкових взаємозв'язків в процесах ЕІПП. Отримано такі результати: на основі проведеного узагальнення та систематизації, обробки інформації щодо ефективності використання ЕІПП сформовано методичне забезпечення її оцінки. Висновок: розроблена структурно-логічна послідовність етапів реалізації оцінки сприяє своєчасному виявленню та усуненню проблем в управлінні експортно-імпортним потенціалом в складних умовах обмеженості діяльності підприємства.

Ключові слова: ефективність використання експортно-імпортного потенціалу, оцінка, математичні методи, оновлене методичне забезпечення, очікувані результати оцінки.

Як цитувати: Фат'янов Д.В. Методичне забезпечення оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2022. № 16. С. 42–50. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-05>

In cites: Fatyayov D.V. (2022) Methodical provision of assessment of the efficiency of the use of the enterprise's export-import potential. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (16), P. 42–50. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-05> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. На разі діяльність промислових підприємств здійснюється в складних воєнних умовах, які її обмежують. Сучасні економічні умови діяльності підприємств залежать від воєнних дій та загроз, економічної кризи, низького платоспроможного попиту, мінімізації реальних інвесторів у вкладання коштів в Україну. В умовах війни зростає роль держави з підтримання сукупного попиту і пропозиції, ефективного перерозподілу доходів економіки. Відомі вітчизняні вчені такі як Б.М. Данилишин вважає, що збалансованість економічної системи має досягатися через потоки зовнішньої підтримки і (обов'язково) реалізацію масштабних проектів із створення нових робочих місць. Це усуватиме ризики структурної інфляції та продуктивно замикатиме грошову масу в реальному секторі економіки [2]. Тому проблеми ефективності використання експортно-імпортного потенціалу залишаються актуальними, а їх вирішення потребує терміновості та своєчасності.

Від об'єктивності оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства (ЕІПП) залежить об'єктивність та дієвість сформованих управлінських рішень з управління цим потенціалом. Сьогодні вітчизняні промислові підприємства знаходяться в обмежених умовах діяльності, тому посилюються вимоги до достовірності оцінки та аналізу як функцій управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам дослідження експортного та імпортного потенціалів підприємств приділялось багато уваги закордонними та вітчизняними вченими. Вони здійснили вагомий внесок в розвиток теоретичних і практичних засад управління експортним та імпортним потенціалами підприємств. Abbas, S. & Waheed, A. вивчали макроекономічну поведінку експортного потоку та експортний потенціал Пакистану з його двосторонніми торговими партнерами, використовуючи модель розширеної гравітації. Ці вчені запропонували модель, результати якої показують, що експорт Пакистану позитивно визначається його можливостями постачання та потенціалом попиту країни-партнера, а також розміром ринку, тоді як негативно визначається географічною відстанню [11]. Almakul Abdimotunova пропонує підхід щодо формування регіональної інноваційної експортоорієнтованої структури економіки, який ґрунтується на аналізі порівняльних переваг регіону та сучасної регіональної наукової компетенції щодо створення продукції, що користується попитом на міжнародному ринку (експортний потенціал), а також рекомендує проводити аналіз порівняльних недоліків регіону, які особливо проявляються в умовах ліквідації наслідків економічної кризи, виділення структурно перспективних галузей («регіональних полюсів

зростання») для збільшення експортного потенціалу та структурно нежиттєздатних галузей [12]. An L., Hu C., Tan Y. в своїй роботі пропонують модель для розділення прямого та непрямого впливу знижки експортного податку на інтенсивну маржу експортних продажів на рівні фірми на міжнародному рівні. Прямий вплив знижки пов'язаний зі скороченням змінних витрат фірми-експортера, тоді як непрямий вплив проявляється через підвищення регіональної заробітної плати в результаті збільшення попиту на місцеву робочу силу [13]. Deng P., Lu S., Xiao H. вивчаючи проблеми розвитку потенціалу, запропонували моделювання за допомогою структурних рівнянь (SEM) для перевірки гіпотетичної моделі стосовно портів та їхньої регіональної економіки; результати показали, що портова пропозиція позитивно вплинула на портовий попит; діяльність з доданою вартістю в порту позитивно вплинула на розвиток регіональної економіки [14]. Jackson Emerson Abraham & Jabbie Mohamed говорять, що позитивне сальдо щодо експорту і імпорту здебільшого характерно для розвинутих країн та посилюється тим фактом, що країни, що розвиваються, імпортують більше – це відображення недостатньо розвинутого стану їхнього промислового сектору, а експортують первинну продукцію з незначним додаванням вартості або без неї. Це засвідчує наявність в країнах незначної виробничої діяльності, орієнтованої на імпортозаміщення, що зробило їхнє виживання значною мірою залежними від імпорту та дуже чутливими до зовнішніх ризиків і потрясінь [15].

Вітчизняні вчені також багато уваги приділяють вирішенню проблем експортно-імпортного потенціалу, його оцінюванню; це такі вчені як Бараннік І.О. [1], Кузьмін О.Є. [3], Мазаракі А.А. [10], Малярець Л.М. [5, 16 – 18], Мельник Т.Н. [4], Отенко І.П. [5, 16, 18], Піддубна Л.І., Шестакова О.А. [6], Погорелов Ю.С. [7], Скорнякова І. В. [8] та інших. Проте проблеми формування методичного забезпечення оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу не знайшли відповідного опрацювання, не зважаючи на свою важливість та необхідність в практичній діяльності підприємства.

Мета статті. Метою статті є обґрунтування та формування методичного забезпечення оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємств на основі інформаційно-аналітичних доробок цього потенціалу суб'єктів господарювання державного сектору в регіонах України.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. На основі проведеного аналізу робіт закордонних та вітчизняних вчених і практиків рекомендується методично реалізовувати оцінку ефективності використання експортно-імпортного

потенціалу в реальних умовах підприємства за одинадцять етапами.

Розуміючи оцінку як одну із основних функцій управління, яка має відповідати вимогам об'єктивності, комплексності, системності, багатокритеріальності, вимірності, порівнянності, дієвості, технологія здійснення оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства має містити етапи, які б розкривали зміст означених вимог. Теоретико-методичні положення щодо оцінки діяльності підприємства розкривають та уточнюють змістовну сутність, структурно-функціональну модель ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства, категоріальний базис цієї оцінки, ознаковий простір, індикатори та критерії; багатокритеріальність в оцінці; порівняльний аналіз в оцінці; оцінку структурних змін експортно-імпортного потенціалу; інформаційно-аналітичне забезпечення; розроблення стратегій на основі результатів оцінки; удосконалення розроблення управлінського рішення на основі результатів оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства [9].

Першим етапом технології оцінки є аналіз загальної та експортно-імпортної діяльності конкретного промислового підприємства, результатом якого є перелік особливостей його діяльності (табл. 1).

Другим етапом здійснення оцінки на підприємстві є формування системи показників експортно-імпортного потенціалу та ефективності його використання. Ця система показників має задовольняти таким інформаційним та аналітичним вимогам: комплексність та повнота у об'єктивному відображенні складної структури потенціалу; вимірність, тобто показники мають бути вимірні у метричних і неметричних шкалах; ієрархічність тобто містити показники, які визначають елементарні та складні ознаки потенціалу; однорідність в динаміці, тобто вимірні в однакові терміни часу; ненадлишковість, тобто їх кількість має бути обмеженою та не дублювати інформацію; точність й достовірність вихідної інформації, на підставі якої розраховуються показники. Система показників експортно-імпортного потенціалу підприємства відображає його елементи та структуру, використання ЕІПП.

Третім етапом є формування аналітичних інструментів для здійснення оцінки ЕІПП та ефективності його використання. В даному етапі передбачається вибір аналітичних інструментів, методів для повної реалізації завдань оцінки на основі використання відповідних переваг цих інструментів та методів.

Четвертим етапом є оцінка та аналіз рівня розвитку експортно-імпортного потенціалу підприємства і його використання. Опис експортно-

імпортного потенціалу передбачає застосування ієрархічної системи елементарних та складних ознак, їх визначення здійснюється за системою частинних і інтегральних показників, які і відображують рівні розвитку відповідних ознак. Для розроблення інтегральних показників можна використовувати різні методи, а саме: адитивні, мультиплативні, метод таксономічного показника розвитку, метод показника якості Харрінгтона. Всі ці методи передбачають повну згортку системи частинних показників в одну величину. Серед означених методів розроблення інтегрального показника переваги має метод побудови таксономічного показника розвитку, оскільки він відрізняється від інших простотою, математичною обґрунтованістю, інтерпретацією шкали величини показника.

Наприклад, для оцінювання рівнів розвитку експортно-імпортного потенціалу суб'єктів господарювання державного сектору в регіонах України в 2021 році та ефективності його використання доцільно використати системи показників, які описують їх [9]. До цієї системи увійшли такі показники як регіональні обсяги зовнішньої торгівлі послугами, експорт (y_1 , тис. дол США), регіональні обсяги зовнішньої торгівлі послугами, імпорт (y_2 , тис. дол США), регіональні обсяги зовнішньої торгівлі товарами, експорт (y_3 , тис. дол США), регіональні обсяги зовнішньої торгівлі товарами, імпорт (y_4 , тис. дол США), чистий дохід (y_5 , млн. грн.), чистий фінансовий результат (y_6 , млн. грн.). Для оцінювання рівня розвитку експортно-імпортного потенціалу суб'єктів господарювання державного сектору в регіонах України згідно офіційної документації Міністерства економіки слід використати такі показники як: дебіторська заборгованість (x_1 , млн. грн.), кредиторська заборгованість (x_2 , млн. грн.), загальна вартість активів (x_3 , млн. грн.), власний капітал (x_4 , млн. грн.), середньооблікова кількість працюючих (x_5 , тис. осіб), заборгованість із виплати заробітної плати (x_6 , млн. грн.) [18]. Використавши метод побудови таксономічного показника розвитку, рівні розвитку експортно-імпортного потенціалу суб'єктів господарювання державного сектору в регіонах України в 2021 році (I_p) та ефективності його використання (I_e) наведено на рис. 1.

Отже, в Закарпатській області максимальні рівні в Україні розвитку експортно-імпортного потенціалу суб'єктів господарювання державного сектору та ефективності його використання. Високі рівні розвитку експортно-імпортного потенціалу суб'єктів господарювання державного сектору та ефективності його використання в Київській, Одеській, Харківській, Дніпропетровській областях, хоча спостерігається розрив в цих рівнях. Низькі рівні розвитку експортно-імпортного потенціалу суб'єк-

Таблиця 1

Логіка етапів оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу

Етапи оцінки та завдання	Методи вирішення завдань	Очікувані результати
1	2	3
1. Аналіз загальної та експортно-імпортної діяльності промислового підприємства		
Аналіз діяльності підприємства та його експортно-імпортної діяльності	Методи економічного аналізу	Перелік особливостей діяльності конкретного промислового підприємства
2. Формування системи показників оцінки експортно-імпортного потенціалу та ефективності його використання		
Обґрунтування системи показників, яка відображає елементи та структуру експортно-імпортного потенціалу підприємства, його використання	Методи аналізу та синтезу	Система показників експортно-імпортного потенціалу підприємства, яка відображає його елементи та структуру, використання ЕІПП
3. Формування аналітичних інструментів для здійснення оцінки ЕІПП, його використання		
Вибір аналітичних інструментів для здійснення оцінки ЕІПП, його використання	Методи аналізу та синтезу	Склад аналітичних інструментів оцінки ЕІПП та його використання
4. Оцінка та аналіз рівня розвитку експортно-імпортного потенціалу підприємства та його використання		
Визначення рівня розвитку експортно-імпортного потенціалу та його використання	Метод побудови таксономічного показника розвитку	Інтегральні показники рівня розвитку ЕІПП та його використання
5. Оцінка структурної динаміки ЕІПП та його використання		
Визначення структурної динаміки на основі обчислення інтегральних показників	Метод побудови інтегрального показника структурної динаміки	Інтегральний показник рівня структурної динаміки ЕІПП та його використання
6. Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на рівень використання ЕІПП		
Визначення факторів зовнішнього середовища, які впливають на рівень використання ЕІПП	Багатофакторний регресійний аналіз	Перелік факторів зовнішнього середовища, які впливають на рівень використання ЕІПП
7. Оцінка впливу факторів внутрішнього середовища на рівень ефективності використання ЕІПП		
Визначення факторів внутрішнього середовища, які впливають на рівень використання ЕІПП	Багатофакторний регресійний аналіз	Перелік факторів внутрішнього середовища, які впливають на рівень використання ЕІПП
8. Оцінка оптимальних значень показників ефективності використання ЕІПП		
Визначення оптимальних значень показників ефективності використання ЕІПП	Багатокритеріальна оптимізаційна задача	Оптимальні значення показників ефективності використання ЕІПП
9. Прогнозування показників ефективності використання ЕІПП		
Визначити прогноз значень показників ефективності використання ЕІПП	Криві зростання	Прогнозні значення показників ефективності використання ЕІПП
10. Оцінка резервів підвищення ефективності використання ЕІПП		
Визначення резервів ефективного використання ЕІПП	Порівняльний аналіз з прогнозними та оптимальними значеннями показників	Перелік резервів ефективного використання ЕІПП
11. Формування стратегії ефективного використання ЕІПП		
Визначення стратегії ефективного використання експортно-імпортного потенціалу підприємства	Стратегічний аналіз, економічний аналіз	Програма заходів щодо підвищення ефективності використання ЕІПП

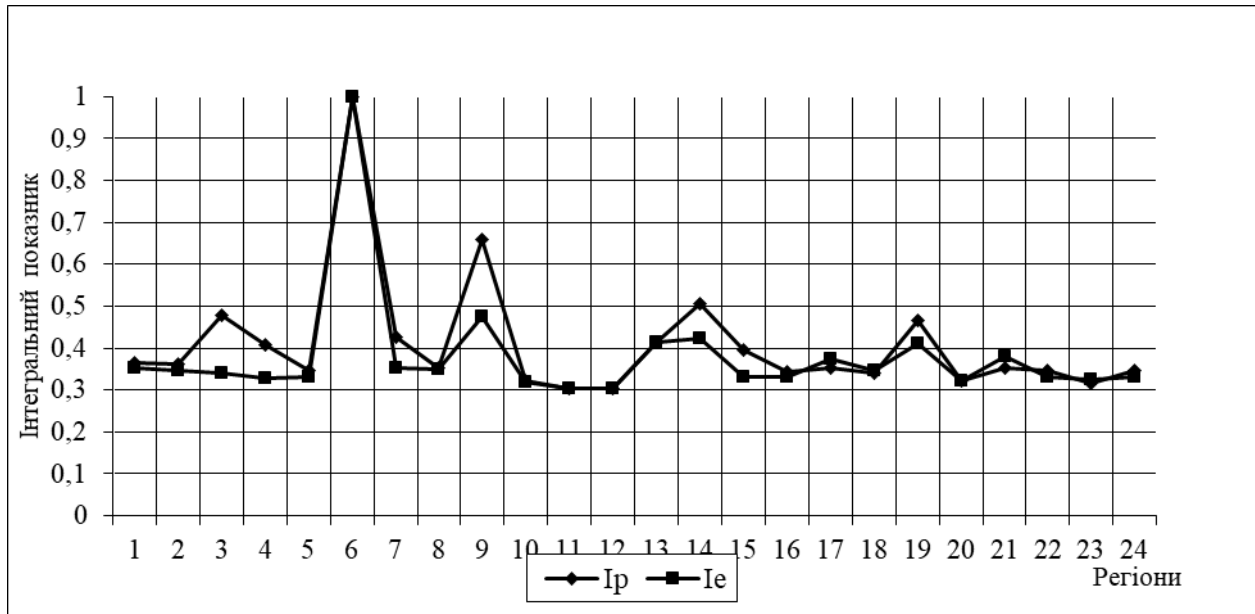


Рис. 1. Рівні розвитку експортно-імпортного потенціалу суб'єктів господарювання державного сектору в регіонах України в 2021 році (I_p) та ефективності його використання (I_e),

де 1 – Вінницька; 2 – Волинська; 3 – Дніпропетровська; 4 – Донецька; 5 – Житомирська; 6 – Закарпатська; 7 – Запорізька; 8 – Івано-Франківська; 9 – Київська; 10 – Кіровоградська; 11 – Луганська; 12 – Львівська; 13 – Миколаївська; де 14 – Одеська; 15 – Полтавська; 16 – Рівненська; 17 – Сумська; 18 – Тернопільська; 19 – Харківська; 20 – Херсонська; 21 – Хмельницька; 22 – Черкаська; 23 – Чернівецька; 24 – Чернігівська.

тів господарювання державного сектору та ефективності його використання в Кіровоградській, Луганській, Львівській, Донецькій, Житомирській областях.

П'ятим етапом є оцінка структурної динаміки ЕІПП та його використання. Оцінка динаміки структурних змін експортно-імпортного потенціалу передбачає аналіз динамічних рядів показників, що відображають його елементний стан та обґрунтування еталонного співвідношення порядків темпів їх змін. Порівнюючи два рангових упорядкування – фактичне та еталонне, можна отримати узгодженість в динаміці розвитку експортно-імпортного потенціалу. Інтегральний коефіцієнт обчислюється на основі коефіцієнтів рангової кореляції Спірмена та Кенделла [5].

Шостим етапом є оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на рівень використання ЕІПП. Рекомендовано вплив факторів зовнішнього середовища визначати за допомогою обчислення багатфакторної регресійної моделі, а латентні фактори виявляти – на основі застосування методу багатовимірного статистичного аналізу – факторного аналізу.

Сьомий етап передбачає оцінку впливу факторів внутрішнього середовища на рівень ефективності використання ЕІПП. Цю оцінку рекомендовано здійснити також за допомогою багатфакторного

регресійного аналізу, динамічних економетричних моделей із лаговими змінними, багатовимірним факторним та канонічним аналізом. Для управління розвитком і ефективним використанням ЕІПП необхідно знати найбільш впливові фактори внутрішнього середовища, які вказують шляхи підвищення цих рівнів та внутрішні резерви використання потенціалу.

Оцінювання та аналіз взаємозв'язку між експортно-імпортним потенціалом та ефективністю його використання, визначення елементів, які найтісніше взаємозв'язані на основі використання методів багатфакторного статистичного аналізу, а саме факторного аналізу та канонічних кореляцій. Метод канонічних кореляцій дозволяє визначити взаємозв'язок між двома системами випадкових величин, що описують два стани, або дві складні ознаки, або два процеси. Завдяки визначеному рейтингу взаємозв'язку показників складових експортно-імпортного потенціалу можна визначити механізм причинно-наслідкових взаємозв'язків у системі показників, що описують увесь цей потенціал різних суб'єктів господарювання в економіці різного рівня управління. Наприклад, математичні моделі канонічного аналізу взаємозв'язку розвитку експортно-імпортного потенціалу суб'єктів господарювання державного сектору в регіонах України в 2021 році та ефективності його використання такі:

$$r_{U_1V_1} = 0,9999, \quad p - \text{value} = 0,000;$$

$$\begin{cases} U_1 = 0,024y_1 + 0,008y_2 + 0,006y_3 - 0,018y_4 + 1,144y_5 - 0,167y_6, \\ V_1 = 0,667x_1 - 0,118x_2 + 0,278x_3 - 0,097x_4 + 0,267x_5 + 0,006x_6; \end{cases}$$

$$r_{U_2V_2} = 0,984, \quad p - \text{value} = 0,000;$$

$$\begin{cases} U_2 = 0,12y_1 - 1,368y_2 - 0,096y_3 + 0,956y_4 + 5,454y_5 - 5,23y_6, \\ V_2 = 8,867x_1 - 20,4x_2 + 39,336x_3 - 31,843x_4 + 3,68x_5 + 0,574x_6; \end{cases}$$

$$r_{U_3V_3} = 0,933, \quad p - \text{value} = 0,000;$$

$$\begin{cases} U_3 = -2,4y_1 + 2,635y_2 + 0,228y_3 + 3,578y_4 - 4,699y_5 + 0,79y_6, \\ V_3 = -13,71x_1 - 9,31x_2 + 34,28x_3 - 12,203x_4 + 0,49x_5 + 0,89x_6; \end{cases}$$

$$r_{U_4V_4} = 0,725, \quad p - \text{value} = 0,0338;$$

$$\begin{cases} U_4 = 6,47y_1 - 7,736y_2 + 1,97y_3 - 3,41y_4 + 0,294y_5 + 3,155y_6, \\ V_4 = 0,61x_1 + 103,73x_2 - 304,55x_3 + 181,63x_4 + 18,94x_5 - 0,109x_6. \end{cases}$$

Отже, всі наведені значення канонічного коефіцієнта кореляції в моделі високі, що свідчить про тісний взаємозв'язок між ідентифікованими станами експортно-імпортного потенціалу і його використанням у регіонах України в 2021 році. За рейтингом найтісніший перший взаємозв'язок, і він обумовлений взаємодією показників чистого доходу і дебіторською заборгованістю, що пояснює основне джерело формування цього доходу на регіональному рівні. Другий взаємозв'язок між системами показників обумовлений загальною вартістю активів і власним капіталом, кредиторською заборгованістю з чистим доходом та чистим фінансовим результатом; третій взаємозв'язок – між показниками загальною вартістю активів, дебіторською заборгованістю, власним капіталом і чистим доходом, регіональними обсягами зовнішньої торгівлі товарами, а саме імпортом; четвертий взаємозв'язок – між показниками загальною вартістю активів, власним капіталом, кредиторською заборгованістю і регіональними обсягами зовнішньої торгівлі послугами – імпортом, регіональними обсягами зовнішньої торгівлі послугами – експортом. Наведений рейтинг взаємозв'язків утворює механізм взаємодії двох основних процесів, що відбувалися з експортно-імпортним потенціалом суб'єктів господарювання державного сектору в регіонах України в 2021 році.

Восьмим етапом є етап оцінка оптимальних значень показників ефективності використання ЕППП на основі розв'язання багатокритеріальної оптимізаційної задачі, де в якості першого частинного критерію доцільно використати залежність рівня розвитку експортно-імпортного потенціалу від найвпливовіших факторів ефективності використання ЕППП, а якості другого ча-

стинного критерію – залежність рівня ефективності використання від цих факторів. У цій багатокритеріальній оптимізаційній задачі обмеження складають інтервали зміни значень факторів з урахуванням їхніх числових характеристик, зокрема, стандартної похибки. У результаті розв'язання цієї задачі отримують оптимальні значення показників ефективності використання ЕППП, які слід використовувати для порівняння з фактичними та визначення відхилень, що діагностують проблеми в управлінні ЕППП, резерви та напрями підвищення ефективності використання ЕППП на підприємстві.

Дев'ятим етапом є прогнозування показників ефективності використання ЕППП. Етап прогнозування необхідний для обґрунтованішого пошуку резервів ефективності та формування стратегії ефективного використання ЕППП. Процедура прогнозування рекомендується здійснювати на основі обчислення кривих зростання. Прогнозування на основі моделі кривої зростання ґрунтується на екстраполяції, що є продовженням у майбутньому тенденції, яку спостерігали в минулих періодах.

Десятим етапом є оцінка резервів підвищення ефективності використання ЕППП, яку слід робити на основі порівняльного аналізу досягнутих значень показників ефективності з прогнозними та оптимальними значеннями цих показників.

Одинадцятим етапом оцінки – формування стратегії ефективного використання ЕППП, також ґрунтується на прогнозних та оптимальних значеннях цих показників.

Отже, на основі означеної логіки оцінки ефективності використання ЕППП, яка складається з етапів, наведених у таблиці, забезпечується комплексне та дієве управління ним.

Висновок. Новим в розробленому методичному забезпеченні оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу промислового підприємства є повнота реалізації функцій оцінки через змістовну суть етапів її реалізації, конкретизації методів вирішення завдань кожного етапу та очікуваних результатів. Запропонована логіка оцінки ефективності використання експортно-ім-

портного потенціалу промислового підприємства має переваги за об'єктивністю, науково обґрунтованістю, дієвістю. Практична спрямованість цієї технології спирається саме на сформовану структурно-логічну послідовність етапів її реалізації, що сприяє своєчасному виявленню та усуненню проблем в управлінні цим потенціалом в складних економічних умовах діяльності підприємства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бараннік І.О. Обґрунтування базису понять сучасної змістовної суті експортно-імпортного потенціалу підприємства. *Бізнес Інформ*. 2015. № 11 (454). С. 33 – 38.
2. Данилишин Б.М. Економічні трансформації у період воєнного стану: тактика еволюціонізму і модернізму. *Економіка України*. 2022. № 10 (731). С. 3 – 14.
3. Кузьмін О. Є. Планування, організування та мотивування зовнішньо-економічної діяльності / О. Є. Кузьмін, А. О. Босак, Р. З. Дармиць. Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. 324 с.
4. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз. *Міжнародна економічна політика*. 2008. Вип. 1-2. С. 241–271.
5. Моніторинг експортно-імпортного потенціалу та ефективності його використання : монографія / Л. М. Малярець, В. І. Отенко, І. П. Отенко та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 171 с.
6. Піддубна Л.І., Шестакова О.А. Експортний потенціал підприємства: сутність і системні імперативи формування і розвитку. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012. № 37. С. 223-229.
7. Погорелов Ю. С., Лейко К. А. Шляхи розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства. *Економіка і регіон*. 2015. № 6. С. 53–68.
8. Скорнякова І. В. Експортний потенціал обробної промисловості України: управління процесом формування : монографія. Київ : Наук. світ, 2006. 175 с.
9. Фат'янов Д.В. Теоретичні положення оцінки ефективності використання експортно-імпортного потенціалу підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. № 12. С. 23-32.
10. Управління експортним потенціалом України: монографія / А. А. Мазаракі, В. В. Юхименко, О. П. Гребельник та ін. Київ : КНТЕУ, 2007. 210 с.
11. Abbas, S., Waheed, A. Pakistan's potential export flow: The gravity model approach. *The Journal of Developing Areas*, Vol, 49, Issue 4, pp. 367-378.
12. Abdimomynova A. Development Factors of Export Potential of the Region: Capabilities in Minerals and Infrastructure Sector. *Academy of Strategic Management Journal*, Vol, 17, Issue 3, pp. 49-56.
13. An L., Hu C., Tan Y. Regional effects of export tax rebate on exporting firms: Evidence from China. *Review of International Economics*, Vol. 25(4), pp. 774-798.
14. Deng P., Lu S., Xiao H. Evaluation of the relevance measure between ports and regional economy using structural equation modelling. *Transport Policy*, Vol. 27, pp. 123-133.
15. Jackson E. A., Jabbie M. Import Substitution Industrialization [ISI]: An approach to Global Economic Sustainability. MPRA, University Library of Munich, (Germany).
16. Malyarets L., Otенko I. Modeling of export-import potential. *Modern management review*. 2019. Vol. XXIV, 26 (3/2019). p. 51-61.
17. Malyarets L. Barannik I., Zhukov A. Mathematical tools for monitoring export-import capacity of Ukrainian industrial enterprises. *Proceedings of the International Congress on Business and Marketing* 29.11.2018 - 01.12.2018. Istanbul. Maltepe University. p. 260–273.
18. Malyarets L. M., Otенko V.I., Otенko I.P., Fatyanov D. Monitoring the development of the export and import potential of the regions. *Montenegrin Journal of Economics*. 2022. Vol. 18, No. 2, p. 39-50.

Стаття надійшла до редакції 12 листопада 2022 р.

Стаття рекомендована до друку 15 грудня 2022 р.

Daniil Fatyanov, Post-graduate student of Phd of Department, of Higher Mathematics, Economic and Mathematical Methods, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, 61166, Kharkiv, Nauky avenue, 9-A, e-mail: mister.l.l.d.l.l.l@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3233-9098>

METHODICAL PROVISION OF ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF THE USE OF THE ENTERPRISE'S EXPORT-IMPORT POTENTIAL

The military conditions of the enterprises caused a review of the content of methodical support of many management functions, in particular evaluation. The importance of such assessment characteristics as urgency, timeliness, objectivity, scientific justification, effectiveness is increasing. The article is devoted to the formation of updated methodical support for evaluating the efficiency of using the export-import potential of the enterprise (EIPE), the advantages of which are its specified characteristics. The content of the information and analytical support for the evaluation of the effectiveness of the use of the export-import potential of the enterprise is considered. The subject of the study is the assessment of the efficiency of using the export-import potential of the enterprise. The goal is to substantiate the logic of the stages of evaluating the efficiency of using the export-import potential of the enterprise, methods of solving evaluation tasks, specifying expected results. The task: to develop methodological support for assessing the efficiency of using the export-import potential of the enterprise. General scientific methods are used: system analysis to determine the meaningful essence of the efficiency of using the export-import potential; methods of constructing a taxonomic indicator of development and an indicator of structural dynamics - to determine the levels of efficiency of the use of the EIPE; regression analysis, canonical analysis - to identify cause-and-effect relationships in EIPE processes. The following results were obtained: on the basis of the conducted generalization and systematization, processing of information regarding the effectiveness of the use of EIPE, a methodical support for its evaluation was formed. Conclusion: the developed structural and logical sequence of assessment implementation stages contributes to the timely identification and elimination of problems in the management of export-import potential in difficult conditions of limited enterprise activity.

Keywords: *efficiency of use of export-import potential, assessment, mathematical methods, updated methodological support, expected assessment results.*

REFERENCES

1. Barannik I.O. (2015). Obgruntuvannya bazusy ponyat suchasnoyi suti eksportno-importnogo potentsialu pidpruemstva. *Biznes Inform*, 11 (454), 33 – 38. (in Ukrainian)
2. Danilishin B.M. (2022). Ekonomichni transformatsii u period voennogo stanu; taktuka evolyutsionizmy I modernizmy. *Ekonomika Ukrainu*. 10 (731). 3 – 14.
3. Kuzmin O.E., Bosak A.O., Darmiys R.Z. (2009). Planuvannya, organizuvannya ta motuyvannya zovnishno-ekonomichnoi diyalnosti. Lviv : Vud-vo Nats. Un-tu "Lvivska politehnika". 324. (in Ukrainian)
4. Melnuk T. (2008). Eksportnyy potentsial Ukrainu : metodologiy otsinku ta analiz. *Mizhnarodna ekonomichna politika*. 1-2, 241–271. (in Ukrainian).
5. Monitoring export-importnogo potential ta effektivnosti yogo vukorustannya: monografia / L.M. Malyarets, V.I. Otenko, I.P. Otenko ta in. Kharkiv : KHEU im. S. Kuzneta, 2022. 171 c.
6. Piddubna L.I., Shestakova O.A. (2012). Eksportnyy potentsial pidpruemstva: sutnist I sistemni imperatuvu formuvannya I rozvutku. *Visnik ekonomiku transport i promuslovosti*. 37, 223-229. (in Ukrainian).
7. Pogorelov Yu.S., Leyko K.A. (2015). Shlyahu rozvutqu sotsialno-ekonomichnogo potentsialu pidpruemstva. *Ekonomika i region*. 6, 53–68. (in Ukrainian).
8. Skorniyakova I.V. (2006). Eksportnyy potentsial obrobnoy promuslovosty Ukrainu: upravlinnya protsesom formuvannya : monografiya. Kuiv : Nauk. svit, 175.
9. Fatyanov D.V. (2020). Teoretichni polozennya otstnku effektivnostyi vukorustannya eksportno-importnogo potentsialu pidpruemstva. *Biznes Inform*. 12, 23-32. (in Ukrainian).
10. Upravlinnya expotnum potentsialom Ukrainu: monografia / A.A. Mazaraki, V.V. Yuhumenko, O.P. Grelnik ta in. Kuiv : KNTEU, 2007.
11. Abbas, S., Waheed, A. Pakistan's potential export flow: The gravity model approach. *The Journal of Developing Areas*, 49, Issue 4, 367-378.
12. Abdimomynova A. Development Factors of Export Potential of the Region: Capabilities in Minerals and Infrastructure Sector. *Academy of Strategic Management Journal*, Vol, 17, Issue 3, 49-56.

13. An L., Hu C., Tan Y. Regional effects of export tax rebate on exporting firms: Evidence from China. *Review of International Economics*, Vol. 25(4), 774-798.
14. Deng P., Lu S., Xiao H. Evaluation of the relevance measure between ports and regional economy using structural equation modelling. *Transport Policy*, Vol. 27, 123-133.
15. Jackson E. A., Jabbie M. Import Substitution Industrialization [ISI]: An approach to Global Economic Sustainability. MPRA, University Library of Munich, (Germany).
16. Malyarets L., Otenko I. (2019) Modeling of export-import potential. *Modern management review*. Vol. XXIV, 26 (3/2019). 51-61.
17. Malyarets L., Barannik I., Zhukov A. Mathematical tools for monitoring export-import capacity of Ukrainian industrial enterprises. *Proceedings of the International Congress on Business and Marketing*. 29.11.2018 - 01.12.2018. Istanbul. Maltepe University. 260-273.
18. Malyarets L. M., Otenko V.I., Otenko I.P., Fatyanov D. (2022) Monitoring the development of the export and import potential of the regions. *Montenegrin Journal of Economics*. Vol. 18, 2, 39-50.

Науковий керівник аспіранта:

Д.е.н., професор, завідувач кафедри вищої математики й економіко-математичних методів Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця Малярєць Л.М.

The article was received by the editors 12.11.2022

The article is recommended for printing 15.12.2022

ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

DOI: 10.26565/2310-9513-2022-16-06
УДК 338.48(075.8)

СТВОРЕННЯ АГРОТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРА ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ХАРКІВЩИНИ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Гапоненко Ганна Ігорівна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Євтушенко Олена Віталіївна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: evetushenko@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>

Шамара Ірина Миколаївна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022
email: shamara@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2431-9185>

Василенко Анастасія Володимирівна

студент
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: asya27679@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1737-5119>

Статтю присвячено дослідженню можливостей реалізації кластерної концепції розвитку туристичної галузі в Харківській області. Запропоновано проєкт агротуристичного кластера «Слобожанська казка». Ідея кластера – це створення ланцюжка різних послуг, де в одному місці організовується нічліг, в іншому – якісне харчування, далі – проводиться майстер-клас. Сила кластера полягає в тому, що він створює колективний агротуристичний продукт, збільшує ємність місцевого туристичного ринку та розширює потік туристів. Предметом дослідження є організаційно-економічні відносини, що складаються в процесі адаптації та забезпечення сталої взаємодії учасників ринку сільського зеленого туризму відповідно до сучасних тенденцій кластеризації економіки. Метою роботи є розробка теоретичних та методичних положень з удосконалення вітчизняного ринку сільського зеленого туризму на основі дослідження можливостей реалізації кластерної концепції в регіонах України. Досягнення поставленої мети було забезпечено виконанням наступних взаємопов'язаних завдань: охарактеризувати типи діючих кластерів в Україні; розглянути сутність поняття та структуру агротуристичного кластера; розробити Дорожню карту реалізації кластерної концепції економіки України в повоєнний період для підтримки та популяризації сільського зеленого туризму в Україні. Методологічну основу дослідження складають системний та програмно-цільовий підхід, монографічний, графічний та економіко-статистичний методи проведення наукового дослідження. Отримано наступні результати. Розвиток агротуристичного кластера Харківської області дозволить надалі застосовувати комплексний підхід до розвитку підприємств сфери туризму та організації просування їх продукції як на внутрішньому ринку області, так і на українському та міжнародному ринках. Кластерний механізм сприятиме інноваційній діяльності його учасників, буде забезпечувати розвиток інфраструктури, розширення спектру та зростання якості їх продуктів (товарів, робіт, послуг), а також задоволення колективних інтересів учасників туристичного кластера. Висновки. Розроблено Дорожню карту

реалізації кластерної концепції економіки України в повоєнний період на 3 роки. Ці рекомендації дадуть змогу створити позитивний імідж та підвищити атрактивність території, сформувати регіональний туристичний продукт, збільшити потоки туристів та забезпечити поповнення бюджету.

Ключові слова: сільський зелений туризм, агротуристичний кластер, повоєнний розвиток туризму, туризм на Харківщині.

Як цитувати: Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І. М., Василенко А.В. Створення агротуристичного кластера як основа інноваційного відновлення Харківщини в повоєнний період *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2022. № 16. С. 52–63. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-06>
In cites: Haponenko H., Yevtushenko O., Shamara I., & Vasilenko A. (2022). Creation of agro-tourism cluster as the basis of innovative renewal of Kharkiv oblast in the post-war period. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (16), P. 52–63. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-06> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Кожен регіон нашої держави має свій винятковий ресурсний потенціал, завдяки якому може розвивати сільський, екологічний та агротуризм, впливаючи на його конкурентоспроможність.

Вищеперераховані види туризму мають помножувальний (мультиплікативний) характер економічної діяльності. Як категорія, вони роблять внесок у виробництво та надання широкого спектру туристичних послуг, генеруючи значний дохід, створюючи можливості для працевлаштування, розвиваючи туристичну інфраструктуру в регіоні та посилюючи соціально-територіальне економічне зростання [4].

Важливим етапом дослідження та визначення інструментів розвитку регіонів України є систематизація передумов створення та розвитку агротуристичних кластерів сільського туризму регіону, що представлені на рис. 1.

Аналізуючи дослідження вітчизняних та закордонних авторів, потрібно відзначити, що кластерна економіка випереджає традиційну галузеву за ефективністю на 40%. Розвиток кластерів в Україні не повністю підтримується державою й знаходиться на початковій стадії розвитку. В основному, це відбувається через слабкі інтеграційні зв'язки між виробниками сільськогосподарської продукції, переробними підприємствами та науково-дослідними установами, а також більшість людей не бажає, щоб фермери могли ініціювати формування агрокластерів [10].

Ефективна кластерна політика визначається наступними показниками:

- Простота – в оперативному управлінні, звітності та взаємодії з державними організаціями.
- Передбачуваність – зацікавлені сторони (стейкхолдери) можуть визначити стабільність умов, фінансування та принципи управління.
- Прозорість – усі сторони рівнозначно володіють інформацією та доступом до неї.
- Доступне фінансування – націленість на 5-10 років довгострокового фінансування.

- Довгострокова стратегія – перспектива 10-20 років.

- Розроблено за участю всіх сторін – представників влади, бізнесу, інвесторів, освітньої та наукової спільноти.

- Розроблено для всебічного розвитку здібностей та перспектив – сукупність різноманітних конференцій, тренінгів, курсів для навчання кластерно-му розвитку та управлінню в цій сфері [11].

Розглядаючи в цілому кластери в Україні, потрібно відзначити, що за статистичною інформацією на даний момент функціонує приблизно п'ятдесят економічних утворень (рис. 2) та відбувається їх значна активізація розвитку на регіональному рівні.

Аналізуючи рисунок можна побачити, що тільки 16% функціонуючих кластерів у державі відносяться до агросфери та лише 3% до індустрії гостинності.

Визначимо системні впливи від роботи в агротуристичному кластері. До них відносять:

- економічну діяльність, яка зосереджена в районах розвитку кластерів;
- зростання туристичного ринку, інтеграцію запропонованих продуктів і послуг у нові сфери;
- розвиток взаємовідносин між учасниками кластеру, який сприяє збільшенню конкурентних переваг;
- створення нових ланцюгів доданої вартості завдяки перехресним зв'язкам;
- формування системної синергії;
- поліпшення якості продукції та послуг, що надаються;
- підтримку соціально-економічного розвитку регіону [10].

Отже, підвищити рівень конкурентоспроможності сільського зеленого туризму за регіонами України можливо за умови співпраці суб'єктів туристичного бізнесу у вигляді агротуристичних кластерів, які дозволять підвищити додану вартість запропонованих продуктів, об'єднати їх з іншими сегментами туристичних ринків та сприяти соціально-економічному зростанню регіонів [2].



Рис. 1. Передумови формування та розвитку агротуристичних кластерів у регіоні.
Складено авторами за джерелом: [4]



Рис. 2. Розподіл кластерів України за видами економічної діяльності.
Створено авторами за джерелом: [7]

Агротуристичні кластери мають ряд пріоритетів у порівнянні з іншими об'єднаннями і сприяють регіональному розвитку через:

- 1) збільшення продуктивності виробництва;
- 2) стимулювання інновацій;
- 3) мінімізацію ризиків через їх розподіл між учасниками кластеру;
- 4) погодження дій учасників кластеру для ефективного застосування зовнішніх інвестицій;
- 5) спроможність впроваджувати суттєві переміни, гнучкість, пропонувати нижчу цінову політику, додати тиск конкурентів;
- 6) розвиток інфраструктури сільських територій [10].

Серед додаткових переваг заснування агротуристичних кластерів на регіональному рівні також виділяють:

- можливість проведення спільних маркетингових дій;
- організація та просування туристичних продуктів учасників кластеру;
- розробка та просування агротуристичних брендів у сільській місцевості;
- спільна участь у освітній та науковій діяльності тощо [7].

Аналіз досліджень та публікацій. Особливостям формування та функціонування кластерних утворень присвячено роботи таких вітчизняних та закордонних вчених як М. Войнаренко, В. Геєць, М. Кизим, Є. Крикавський, Р. Мартін, М. Портер, А. Присяжнюк, С. Рекорд, С. Соколенко, Д. Харт та інші. Проблематиці формування туристичних кластерів в Україні приділено значну увагу в працях Л. Гонтаржевської, І. Дегтярьової, М. Мальської, М. Рутинського, Н. Мандюк, Ю. Яворського тощо.

Метою статті є розробка теоретичних та методичних положень з удосконалення вітчизняного ринку сільського зеленого туризму на основі дослідження можливостей реалізації кластерної концепції в регіонах України.

Виклад основного матеріалу. Новаторським підходом у формуванні туристичного продукту в сфері сільського зеленого туризму є його розвиток за кластерним принципом. Агротуристичний кластер розуміємо як сукупність підприємств, які знаходяться в межах певної території, колективно послугуються туристичними ресурсами регіону, спеціалізованою туристичною інфраструктурою, місцевими ринками праці, реалізують спільну маркетингову комунікацію та рекламно-інформаційну діяльність [6].

У 2020 році Кабінет Міністрів України постановив затвердження Державної стратегії регіонального розвитку (ДСРР) на 2021-2027 роки та стратегій регіонального розвитку, які передбачають підтримку кластерного розвитку (рис 3). Вона буде здійснюватися за наступними напрямками:

- використання найновіших інформаційно-цифрових технологій у кластерних об'єднаннях з метою створення віртуального ринку;
- комплексна підтримка агломерації на основі інновацій передових технологічних інститутів, реіндустріалізації великих міст та формуванні міських та регіональних економічних кластерів;
- створення індустріальних парків у районах закриття вугледобувних та вуглепереробних підприємств;
- сприяння розвитку транскордонних кластерів завдяки територіальному та прикордонному співробітництву української частини Дунайського



Рис. 3. Загальний огляд територіальної орієнтації ДСРР-2027 [1]

регіону, впровадження механізмів підтримки трансграничних індустріально-технологічних парків тощо [1].

Зростання кластерів на регіональному рівні передбачено регіональними стратегіями розвитку на 2021-2027 роки. Зокрема, вони дозволяють використовувати наступні механізми допомоги:

- розвиток мережі трансферу технологій зі своїми центрами;
- створення банку даних українських проєктів та інших профільних розробок;
- створення освітнього простору задля потреб місцевих жителів;
- створення бізнес-інкубаторів та стартап-компаній;
- здійснення підготовки та перепідготовки персоналу для забезпечення діяльності кластера професіоналами;
- пошук стейкхолдерів та отримання консультативної допомоги тощо [9].

У зв'язку з цим нами створено проєкт агротуристичного кластера «Слобожанська казка». Ідея кластера – це створення ланцюжка різних послуг. В одному місці організовується нічліг, в іншому – якісне харчування, далі – проводиться майстер-клас. Крім того, багато садіб мають контакти з турагентствами та музеями, є база даних ремісників, аніматорів, фахівців з дитячих свят. Сила кластера полягає в тому, що він створює колективний агротуристичний продукт, збільшує ємність місцевого туристичного ринку та, звичайно, розширює потік туристів.

Можна сказати, що агротуристичні кластери позиціонують та просувають внутрішній туризм.

Пропонований агротуристичний кластер буде розташований на території Харківської області. Він буде складатися з сільськогосподарських підприємств (ферми, домогосподарства), підприємств з обслуговування туристів (агросадиби, підприємства харчування, транспортні, торговельні, підприємства дозвілля), рекламно-інформаційних підприємств (туристично-інформаційний центр, екскурсійне бюро, туристична фірма), виробників сувенірної продукції, підприємств із надання додаткових послуг (оренда туристичного спорядження, послуги гіда-провідника), медичних пунктів та закладів, освітнього закладу та безпосередньо туристичних ресурсів регіону (рис. 4).

Для координації діяльності агротуристичного кластера, організації взаємодії й розподілу відповідальності між учасниками необхідно створити раду в склад якої ввійдуть керівники об'єднаних підприємств, представники малих форм господарювань, представники місцевих органів влади.

Створення кооперації – дуже відповідальний процес, важливо дотримуватися всіх умов та рекомендацій, завдяки чому вона стане надійним інструментом досягнення узгодженої учасниками мети. Важливою частиною цього процесу є розгляд необхідних кроків для розвитку кооперації.

Крок 1 – формування ініціативної групи з числа зацікавлених учасників. Для створення кооперації необхідний пошук майбутніх партнерів зі схожими



Рис. 4. Структура агротуристичного кластера «Слобожанська казка».
Складено авторами

потребами, зацікавлених об'єднатися, в тому числі і ресурсами, для спільної мети. Це можуть бути знайомі, колеги, жителі вашого населеного пункту, їх можна зустріти на виставках, ярмарках, стартап-уїкендах. Бажано, щоб на початковому етапі група мала різноманітні навички, але рівний потенціал до розвитку.

Крок 2 – проведення зібрань потенційних учасників. Після того, як потенційні учасники знайдені, необхідно провести загальні збори (серію зборів), де визначаються цілі та завдання співпраці, види діяльності, форма організації кооперації (наприклад, кооператив), способи покриття витрат кооперації, загальна вигода й вигода кожного, створюється робоча група з розробки проекту кооперації. Для закріплення домовленостей пропонується підготувати протокол (декларацію) про наміри і підписати кожним з учасників. Протокол про наміри не є юридичним документом.

Крок 3 – розробка проекту кооперації. Після того, як домовленості визначено, задокументовано та узгоджено партнерами, робоча група розробляє проект кооперації в форматі бізнес-плану.

Крок 4 – обговорення, доробка проекту. Він розглядається та затверджується зборами учасників. Як правило, процедура узгодження проекту може проводитися кілька разів. Кожні збори мають бути оформлені протоколом, що містить детальний опис рішень. Підсумком цього етапу стане узгоджений проект.

Крок 5 – створення кооперативу або проектною команди. Проект кооперації реалізується неформальною групою (проектною командою) або організацією, установа якої може бути частиною проекту. Неформальне об'єднання може формуватися шляхом підписання угоди про партнерство. Створення організації здійснюється шляхом реєстрації юридичної особи.

Крок 6 – реалізація проекту кооперації. Даний етап – це покрокова реалізація проекту кооперації з обов'язковим періодичним моніторингом і оцінкою. Вони визначаються учасниками проекту кооперації [9].

Розглянемо детально кожного учасника агротуристичного кластера «Слобожанська казка». В кластер попередньо мають увійти:

1. Агросадиби Чугуївського, Зміївського, Валківського та Краснокутського районів, а саме: «Тарасова садиба», «Зелена садиба», «Козацький двір» та садиба сільського зеленого туризму в селі Чернечина.

2. Підприємства харчування: кафе «Pa-Si-Ju» та ресторан «Веранда» на території бази відпочинку «Soich Park» (Печенізьке водосховище), ресторан «DOM» (м. Чугуїв), кафе «Симуран» (м. Зміїв), «Кафе на Хуторі» (Валківський район), кафе «Баварія» (м. Краснокутськ).

3. Підприємства із надання додаткових послуг – велоцентр «Спица» (оренда горних велосипедів, м. Харків), інтернет-магазин «Мандрівник» (оренда туристичного спорядження, м. Харків), послуги гіда-провідника (НПП «Гомільшанські ліси» Зміївського району, НПП «Слобожанський» Краснокутського району, Чугуївський меморіальний музей І. Рєпіна, майстер-класи в «Садибі майстрів» Валківського району).

4. Підприємства дозвілля. Музеї: Імператорський шляховий палац, Меморіальний музей І. Рєпіна (м. Чугуїв), Садиба майстрів, Краєзнавчий музей (Валківський район); природоохоронні установи: НПП «Гомільшанські ліси», ландшафтний заказник «Гомільшанська лісова дача» (Зміївський район), Дендрологічний парк, Слобожанський національний парк (Краснокутський район).

5. Торговельні підприємства – Харківська бісквітна фабрика, Чугуївський м'ясокомбінат, супермаркети мережі «АТБ» та місцеві торговельні підприємства.

6. Фермерські господарства – публічне акціонерне товариство «САД», приватна фірма «Прок», ТОВ агрофірма «Жнива».

7. Транспортні підприємства – державне підприємство «Харківський метрополітен», компанія «Svit Express».

8. Рекламно-інформаційні підприємства – Харківський обласний туристсько-інформаційний центр, екскурсійне бюро Харківського ТІЦ, Чугуївський ТІЦ, туристична фірма «УТА».

9. Медичні пункти та заклади – Харківська міська студентська лікарня, Міська клінічна лікарня швидкої та невідкладної медичної допомоги ім. проф. О.І. Мещанінова, Комунальне некомерційне підприємство «Міська багатопрофільна лікарня №18» Харківської міської ради та місцеві медичні заклади.

10. Виробники сувенірної продукції – поліграфічне підприємство «Folio+», друкарня «PRINT&PACK» (м. Харків).

11. Освітні заклади – Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна.

12. Представники органів влади – Харківська облдержадміністрація, Департамент культури й науки Харківської облдержадміністрації, Чугуївська міська рада, Валківська міська рада, Краснокутська селищна рада.

13. Туристичні ресурси Харківської області – пам'ятки садово-паркового мистецтва, національні природні парки, музеї, садиби, мальовничі ландшафти тощо.

14. Потенційні туристи.

Кооперація ґрунтується на простих і зрозумілих цінностях: справедливість, чесність, демократія, рівність, солідарність, відкритість, соціальна відповідальність, турбота про інших, взаємна відпові-



Рис. 5. Логотип агротуристичного кластеру «Слобожанська казка»
Складено авторами

дальність [5]. На рис. 5 нами представлено логотип майбутнього утворення.

Наступним кроком із розробки агротуристичного кластера є аналіз співпраці вищезазначених учасників, виявлення наявних проблем, які необхідно вирішити (табл. 1).

Потрібно також виокремити проблемні моменти реалізації нашого проекту, пов'язані з війною в країні. Збройна агресія є лише одним з елементів, а іншими частинами війни стали: пропаганда, що базується на брехні та підміні понять; торговельно-економічний тиск; енергетична блокада; терор

і залякування громадян України; кібер-атаки; категоричне заперечення самого факту війни попри наявність безлічі неспростовних доказів; використання у своїх інтересах проросійських сил та держав-сателітів; звинувачення української сторони у власних злочинах [9].

Негативні наслідки несе ризик зниження рівня доходів громадян України, що призводить до виключення витрат на подорожі та відпочинок із споживчого кошика значної частини населення, оскільки вони не мають статусу першочергових. За даними внутрішньої статистики одного з найбільших національних туроператорів, у червні 2022 року тури з України забронювали близько 1440 туристів, а в тому ж місяці 2021 року – понад 95000 мандрівників.

Щодо світових даних, то Всесвітня туристична організація прогнозує втрати понад 14 мільярдів доларів США у 2022 році – саме стільки приносили світовій економіці російські та українські туристи, які тепер не будуть подорожувати. Крім того, є й додаткові фактори негативного впливу війни. Європейська туристична комісія, яка провела дослідження настроїв подорожувальників, дійшла висновків, що 19% опитаних китайських і 41% японських мандрівників не готові подорожувати до країн ЄС через війну в Україні.

Такі цифри демонструють загальний стан справ у галузі. Щодо вузької спеціалізації, яка цікавить нас в рамках даного дослідження, окремим пунктом авторам доводиться виносити окуповані території, серед яких були і території Харківщини. В регіоні є всі можливості для побудови та успішної реалізації кластерної стратегії розвитку туризму, але для її впровадження, на наш погляд, потрібна Дорожня карта, що

Таблиця 1

Головні проблеми реалізації агротуристичного кластера «Слобожанська казка» та шляхи їх розв'язання

№	Виявлення проблеми	Шляхи розв'язання	Суб'єкти вирішення проблеми
1	Маркетинг та брендинг території	Рекламна діяльність, спрямована на місцеве населення та потенційних туристів. Проведення маркетингових досліджень. Створення унікального екологічного маршруту «Зеленими стежками Харківщини»	Департамент культури й туризму Харківської облдержадміністрації. Харківський обласний туристсько-інформаційний центр. Громадська організація «Спілка сільського зеленого туризму в Україні». Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна. Туристична фірма «УТА». Органи місцевого самоврядування. Установи культури
2	Відсутність поліграфічної продукції з інформацією про кластер та екологічний маршрут	Розробка листівок, брошур, карт та туристичних путівників	Органи місцевого самоврядування. Харківський обласний туристсько-інформаційний центр
3	Відсутність єдиного веб-сайту	Доповнення до існуючого сайту Харківського обласного ТІЦ повноцінною інформацією про створення агротуристичного кластера, актуальні дані екологічного маршруту, ціни тощо. Також повинно бути на меті створення власного сайту для «Слобожанської казки»	Органи місцевого самоврядування. Харківський обласний ТІЦ. Департамент культури й туризму Харківської облдержадміністрації. Студенти Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Складено авторами

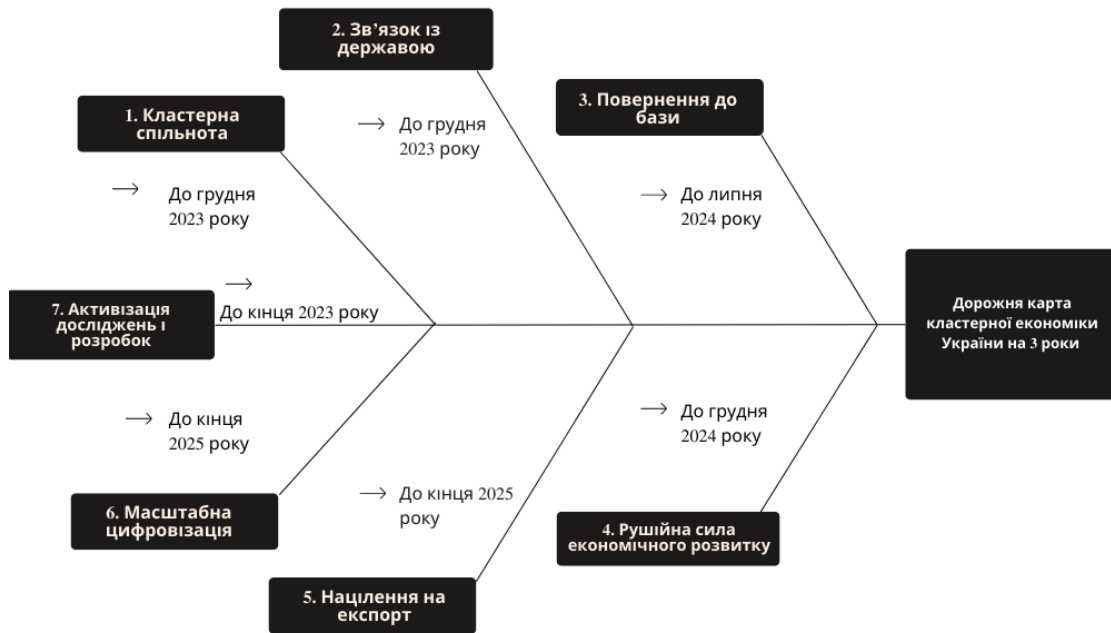


Рис. 6. Дорожня карта кластерної економіки України на 3 роки
Складено авторами

стане вектором розвитку для всіх стейкхолдерів індустрії гостинності в регіоні.

Для початку треба визначитись з поняттям Дорожньої карти. Вона встановлює необхідний перелік дій, які держава або регіон повинні пройти задля розвитку кластерного руху України (рис 6).

Мета Дорожньої карти полягає в тому, щоб закласти основи для розробки всеосяжної стратегії розвитку туризму; введення в дію пріоритетних проєктів для розвитку туризму; визначення стратегічних можливостей для зростання; заохочення максимальної участі всіх учасників туристичного процесу; подання поетапної картини реалізації цього масштабного проєкту.

Розглянемо детально вищезазначений перелік дій:

1. Кластерна спільнота – створення організації або асоціації, яка несе відповідальність за кластерний рух у державі. Орієнтовна дата реалізації – до грудня 2023 року. Список завершених дій:

- створено орган управління кластерами та визначено подальшу програму дій;
- 30% від існуючих кластерів надають свою підтримку;
- знайдено спільні ресурси, на яких відображається активність на національному рівні (наразі це сайт Industry4Ukraine та спільнота «All-Ukrainian Cluster Community» в Facebook).

2. Зв'язок із державою – отримання всебічної підтримки від держави. Орієнтовна дата реалізації – до грудня 2023 року. Список завершених дій:

➤ створено відповідальний орган для здійснення підтримки – Директорат промислової політики та стимулювання розвитку регіонів Міністерства економіки України;

➤ затверджено програму регіонального розвитку кластерів у відповідній постанові;

➤ виділено бюджет на початкову підтримку кластерного розвитку;

➤ визначено щонайменше п'ять регіонів України, в програмах та бюджетах яких прописано окремим пунктом підтримка кластерів.

3. Повернення до бази – запровадження на проведення атестації агрокластерів відповідно до визначених засад та критеріїв кластерів. Орієнтовна дата реалізації – до липня 2024 року. Список завершених дій:

- розроблено необхідні чіткі критерії, за якими визначають різницю між кластерними об'єднаннями та іншими бізнес-організаціями;
- створено державний реєстр, десять кластерів вже пройшли державну атестацію.

4. Рушійна сила економічного розвитку – проведення інформаційно-просвітницьких кампаній задля зростання обізнаності та ролі агротуристичних кластерів в економічному розвитку держави. Орієнтовна дата реалізації – до грудня 2024 року. Список завершених дій:

- проведення початкового обліку та моніторингу вкладу кластерів у показники економічного зростання регіонів;
- отримання перших результатів, які показують кластерний потенціал за регіонами;

- залучення ключових інвесторів;
- проведення першої загальноукраїнської конференції агротуристичних кластерів.

5. Націлення на експорт – запуск масштабної програми експорту та інтернаціоналізації кластерів за підтримки держави. Орієнтовна дата реалізації – до кінця 2025 року. Список завершених дій:

- розширення та підтримка програми «Купуй українське»;
- початкова інтеграція українських підприємств в європейські ланцюги та програми кластерного розвитку;
- створення програми підтримки технічного регулювання та прискореного переходу українських підприємств на міжнародні технічні стандарти.

6. Масштабна цифровізація – запуск програми цифровізації кластерів, приведення їх до міжнародних стандартів та тенденцій. Орієнтовна дата реалізації – до кінця 2025 року. Список завершених дій:

- прийняття власних цифрових програм майже всіма атестованими кластерами сільського зеленого туризму;
- 90% наближення українських кластерів із європейськими за більшістю показників цифровізації.

7. Активізація досліджень і розробок – плідна співпраця з освітніми закладами з метою підготовки висококваліфікованих кадрів для потреб кластера. Орієнтовна дата реалізації – до кінця 2023 року. Список завершених дій:

- заключення меморандуму про співробітництво між атестованими кластерами та регіо-

нальними закладами освіти й науково-дослідними центрами;

- зростання кількості заявок, поданих учасниками кластеру, на конкурсні проекти міжнародної технічної допомоги [8].

Якщо розглядати більш детально, дорожня карта передбачає смарт-спеціалізацію регіону, визначаючи напрямки та пріоритети розвитку території на базі доступних активів та ресурсів. Такий підхід, на нашу думку, допоможе зробити вибір напрямків для інвестування та розбудови економіки України в повоєнний період.

Органи, що зацікавлені та беруть участь у розвитку туризму та можуть забезпечити реалізацію Дорожньої карти:

- місцеві органи самоврядування;
- районні та обласні державні адміністрації;
- державні інституції, які тотожні до туристичної галузі;
- організації та проекти міжнародної технічної допомоги;
- регіональні асоціації, кластери та інші громадські об'єднання;
- юридичні та фізичні особи.

Інструментами реалізації виступають: план заходів (що треба робити на кожному етапі) та інституції, які повинні утворитися для управління агротуристичним кластером.

Фінансове забезпечення збалансовано з Державною стратегією регіонального розвитку, тому що саме вона передбачає певний план заходів, на які будуть виділятися кошти. Автори розробили Дорожню карту не як щось окреме, а як невід'ємну частину даної стратегії. Тому одним із джерел фінансування виступає державний бюджет. Дорожня карта дає можливість місцевим та регіональним органам використовувати державні кошти задля розвитку своєї туристичної дестинації та реалізації даної карти. Також фінансовими інструментами є кошти місцевих бюджетів, технічної допомоги, інвесторів та приватні кошти.

Досягнення мети Дорожньої карти може бути реалізовано в розрізі п'яти ключових напрямків (рис 7):

1. Маркетинг – формування та просування економічно вигідних туристичних продуктів та послуг, що дозволяють розширити межі сезону та зробити туристичний потік керованим.

2. Інфраструктура – стимулювання розвитку агротуристичної інфраструктури та підтримка розвитку садіб сільського зеленого туризму, підвищення інвестиційної привабливості Харківщини.

3. Сервіс – поліпшення якості туристичних послуг на селі, стандартизація сервісу, кадрове забезпечення.

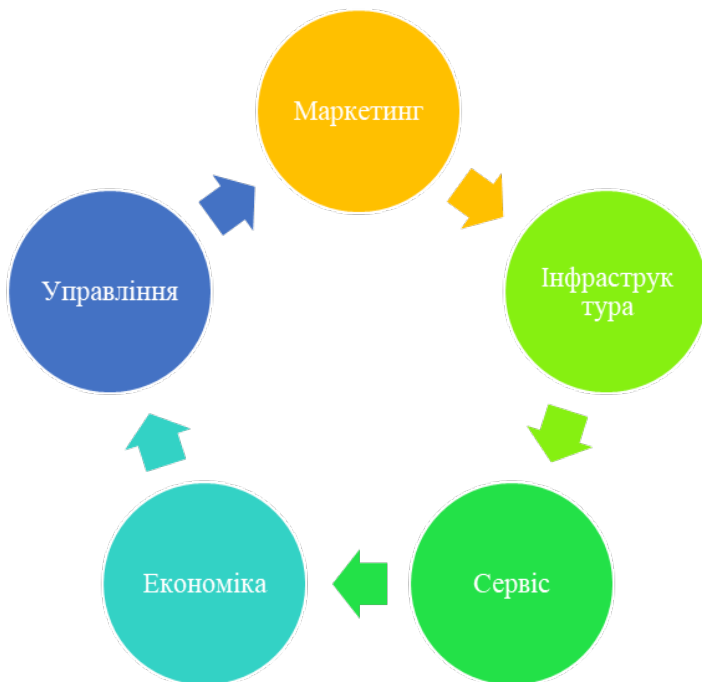


Рис. 7. Ключові напрямки реалізації мети Дорожньої карти
Складено авторами

4. Економіка – створення умов для забезпечення потреб туристів товарами та продуктами місцевого виробництва.

5. Управління – впровадження моделі комплексного територіального розвитку, управління та маркетингу агротуристичного кластеру на рівні макрорегіону та на місцевому рівні.

Дорожню карту пропонується імплементувати у кілька етапів протягом 2023-2025 років, що дозволить створити нові туристичні маршрути, збільшити загальний туристичний потік. Це сприятиме зростанню виручки підприємств індустрії гостинності та місцевих бюджетів громад Харківщини, збільшенню кількості садіб сільського зеленого туризму, що пройшли категоризацію, а туристичний бренд Харківської області буде впізнаваним та відповідатиме запитам і вимогам туристів за всіма показниками.

Висновки. В Україні досить гарно розвинена теоретична основа щодо розвитку сільського зеленого туризму та агротуристичних кластерів, але

реально діючого механізму втілення бізнес-моделей поки що немає. Кластерна концепція сільського зеленого туризму зумовлює зростання економіки регіону через зменшення безробіття, розвиток інфраструктури, значні туристичні потоки та співпрацю агропідприємств з місцевими й регіональними органами влади. Довоєнний досвід нашої країни демонструє, що кластери – це не тільки інструмент зростання в нормальних умовах. Кластери як організовані, високоадаптивні структури є не менш потужним інструментом протидії кризовим явищам. Створення регіональних агротуристичних кластерів дозволить підвищити конкурентоспроможність економіки, рівень і якість життя населення України за рахунок поліпшення інвестиційного клімату, інституційних перетворень.

В Харківській області є всі можливості для побудови та успішної реалізації стратегії розвитку сільського зеленого туризму, і пропонується Дорожня карта стане вектором розвитку для всіх стейкхолдерів індустрії гостинності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 05 серп. 2020 № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>
2. Вахович І. М., Матвійчук Л. Ю., Смаль Б. А. Розвиток індустрії гостинності в сучасних умовах: тенденції та заходи посилення конкурентних переваг. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. Випуск 6 (41). URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3600>
3. Гапоненко Г. І., Василенко А. В., Шамара І. М. Перспективи організації Зелених шляхів в Україні як пріоритетний напрямок розвитку ринку внутрішнього туризму. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2021. № 13. С. 231-240. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2020-13-22>
4. Голод А. П., Іжевська О. П., Коркуна О. І. Кластерна модель розвитку індустрії гостинності регіону. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Випуск 4 (21). URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/21_2019/60.pdf
5. Дидів І. Б. Підприємницькі засади розвитку агротуризму. *Вісник Львівського національного аграрного університету: економіка АПК*. Львів: Львівський національний аграрний університет, 2019. №26. URL: http://www.lnau.edu.ua/lnau/attachments/7553_dis.pdf
6. Мальська М. П., Зінько Ю. А. Типи і моделі кластерів сільського туризму в Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2018. Вип. 2. URL: <http://tourism.knukim.edu.ua/article/download/154397/159916>
7. Матвійчук Л. Ю., Васильчинко А. О., Дашук Ю. Є. Функціонування кластерів сільського туризму як інструмент розвитку регіонів України. *Економічний форум: науковий журнал*. 2022. № 1. URL: http://e-forum.lntu.edu.ua/index.php/ekonomichnyy_forum/article/view/281/269
8. Проект національної програми кластерного розвитку до 2027. *INDUSTRY4UKRAINE*: веб-сайт. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/proyekt-nacjonalnoyi-programy-klasterного-rozvytku-do-2027/>
9. Регіональні стратегії розвитку на період до 2027 року. *Міністерство розвитку громад та територій України*: офіційний веб-сайт. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalного-rozvitku>
10. Сидоров Я. О. Державна політика розвитку кластерів як складова частина формування інноваційної моделі сільського господарства: аграрно-правовий погляд. *Підприємництво, господарство і право*. Київ. 2017 (2). URL: <http://www.pgp-journal.kiev.ua/archive/2017/2/23.pdf>
11. European Observatory for Clusters and Industrial Change. Cluster programmes in Europe and beyond. *Publications Office of the European Union*. 2019. URL: <https://clustercollaboration.eu/news/report-cluster-programmes-europe-and-beyond>

Стаття надійшла до редакції 05 вересня 2022 р.

Стаття рекомендована до друку 07 жовтня 2022 р.

Hanna Haponenko, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Olena Yevtushenko, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: evetushenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>

Irina Shamara, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody Sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, email: shamara@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000000224319185>

Anastasiia Vasylenko, std., V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, email: asya27679@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1737-5119>

CREATION OF AGRO-TOURISM CLUSTER AS THE BASIS OF INNOVATIVE RENEWAL OF KHARKIV OBLAST IN THE POST-WAR PERIOD

The article is devoted to the study of the possibilities of implementing the cluster concept of the development of the tourism industry in the Kharkiv region. The project of the agro-tourism cluster «Slobozhanska kazka» is proposed. The idea of the cluster is to create a chain of various services, where overnight accommodation is organized in one place, quality food in another, and a master class is held. The strength of the cluster is that it creates a collective agritourism product, increases the capacity of the local tourism market and expands the flow of tourists. The subject of the research is the organizational and economic relations that are formed in the process of adaptation and ensuring sustainable interaction of the participants of the market of rural green tourism in accordance with the modern trends of clustering of the economy. The purpose of the work is the development of theoretical and methodological provisions for the improvement of the domestic market of rural green tourism based on the study of the possibilities of implementing the cluster concept in the regions of Ukraine. The achievement of the set goal was ensured by the following interrelated tasks: to characterize the types of active clusters in Ukraine; consider the essence of the concept and structure of an agro-tourism cluster; to develop a Roadmap for the implementation of the cluster concept of Ukraine's economy in the post-war period to support and popularize rural green tourism in Ukraine. The methodological basis of the study consists of a systematic and program-targeted approach, monographic, graphic and economic-statistical methods of scientific research. The following results were obtained. The development of the agro-tourism cluster of the Kharkiv region will allow further application of a comprehensive approach to the development of enterprises in the field of tourism and the organization of promotion of their products both on the domestic market of the region and on the Ukrainian and international markets. The cluster mechanism will promote the innovative activities of its participants, will ensure the development of infrastructure, the expansion of the spectrum and the growth of the quality of their products (goods, works, services), as well as the satisfaction of the collective interests of the participants of the tourism cluster. Conclusions. The Roadmap for the implementation of the cluster concept of Ukraine's economy in the post-war period for 3 years has been developed. These recommendations will make it possible to create a positive image and increase the attractiveness of the territory, form a regional tourist product, increase the flow of tourists and ensure the replenishment of the budget.

Keywords: rural green tourism, agro-tourism cluster, post-war development of tourism, tourism in Kharkiv region.

REFERENCES

1. On the approval of the State Regional Development Strategy for 2021-2027: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated August 5 2020, No 695. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (in Ukrainian).
2. Vakhovych I. M., Matviichuk L. Yu & Smal B. A. (2021) Rozvytok industrii hostynnosti v suchasnykh umovakh: tendentsii ta zakhody posylennia konkurentnykh perevah [Development of the hospitality industry in modern conditions: trends and measures to strengthen competitive advantages]. *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky [Financial and credit activity: problems of theory and practice]*, 6 (41). Available at: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3600> (in Ukrainian).
3. 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*, (13), 174-185. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-18> (in Ukrainian).
4. Holod A. P., Izhevska O. P. & Korkuna O. I. (2019) Klasterna model rozvytku industrii hostynnosti rehionu [Cluster model of the development of the hospitality industry of the region]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia [Eastern Europe: Economy, Business and Management]*, 4 (21). Available at: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/21_2019/60.pdf (in Ukrainian).
5. Dydiv I. B. (2019) Pidpriemnytski zasady rozvytku ahroturyzmu [Entrepreneurial principles of agritourism development]. *Visnyk Lvivskoho natsionalnoho ahrarynoho universytetu: ekonomika APK [Bulletin of the Lviv National Agrarian University: the economy of agriculture]*, 26. Available at: http://www.lnau.edu.ua/lnau/attachments/7553_dis.pdf (in Ukrainian).

6. Malska M. P., Zinko Yu. A. (2018) Типы и модели кластерив сільськогосподарського туризму в Україні [Types and models of rural tourism clusters in Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Seriya: Turyzm [Bulletin of the Kyiv National University of Culture and Arts. Series: Tourism]*, 2. Available at: <http://tourism.knukim.edu.ua/article/download/154397/159916> (in Ukrainian).
7. Matviichuk L. Yu., Vasylychynko A. O. & Dashchuk Yu. Ye. (2022) Функціонування кластерив сільськогосподарського туризму як інструмент розвитку регіонів України [The functioning of rural tourism clusters as a tool for the development of regions of Ukraine]. *Ekonomichnyi forum: naukovyi zhurnal [Economic Forum: scientific journal]*, 1. Available at: http://e-forum.lntu.edu.ua/index.php/ekonomichnyy_forum/article/view/281/269 (in Ukrainian).
8. Project of the national cluster development program until 2027. INDUSTRY4UKRAINE: website. Available at: <https://www.industry4ukraine.net/publications/proyekt-nacziionalnoyi-programy-klasterinogo-rozvytku-do-2027/> (in Ukrainian).
9. Regional development strategies for the period until 2027. *Ministry of Development of Communities and Territories of Ukraine*: official website. Available at: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku> (in Ukrainian).
10. Sydorov Ya. O. (2017) Derzhavna polityka rozvytku klasteriv yak skladova chastyna formuvannya innovatsiinoi modeli silskoho hospodarstva: ahrarno-pravovyi pohliad [The state policy of cluster development as a component of the formation of an innovative model of agriculture: an agrarian-legal perspective]. *Pidpriemnytstvo, hospodarstvo i pravo [Entrepreneurship, economy and law]*, (2). Available at: <http://www.pgp-journal.kiev.ua/archive/2017/2/23.pdf> (in Ukrainian).
11. European Observatory for Clusters and Industrial Change. Cluster programmes in Europe and beyond. *Publications Office of the European Union*. 2019. Available at: <https://clustercollaboration.eu/news/report-cluster-programmes-europe-and-beyond>

The article was received by the editors 05.09.2022

The article is recommended for printing 07.10.2022

DOI: 10.26565/2310-9513-2022-16-07

УДК 7:338.467.6:341.3.018

МОЖЛИВОСТІ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ ЗА ДОПОМОГОЮ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Євтушенко Олена Віталіївна

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: evetushenko@karazin.uaORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>**Арсенкіна Дар'я Дмитрівна**

студентка кафедри туристичного бізнесу та країнознавства,

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

майдан Свободи 4, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: dasha.arsenkina14@gmail.comORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0341-3022>

В останні роки у світі активно розвивається принципово нова концепція соціального і економічного розвитку, що висуває на перший план сучасної, постіндустріальної економіки творчість і культурні ресурси. Цей інноваційний сектор називають креативною економікою. Високі темпи зростання креативної економіки (від 3% до 17,6%) вчетверо перевищують темпи зростання сфери промислового виробництва. Ця концепція також може використовуватися у кризових ситуаціях для досягнення швидкого темпу зростання економічних показників. В статті висвітлено можливості використання креативних індустрій у посткризових ситуаціях та програми післявоєнного відновлення, окреслено ознаки «креативного міста». Проаналізовано показники України серед країн з перехідною економікою у Глобальному індексі креативності та Глобальному індексі інновацій, а також можливості побудови креативних просторів на базі зруйнованих або занедбаних приміщень. Предметом дослідження є аналіз місця креативних індустрій в післявоєнній економіці. Мета полягає у виявленні можливостей залучення креативних індустрій у посткризовому відновленні економіки. Завдання: окреслити місце та особливості розвитку креативних індустрій в економіці країни, проаналізувати програми посткризового відновлення із залученням креативного сектору, визначити основні елементи «креативного міста» та класифікувати інноваційні перетворення сторичних об'єктів. Використовуються загальнонаукові методи дослідження: аналіз та синтез, описовий, системний, порівняльний та структурологічний аналіз. У ході дослідження були отримані наступні результати: виявлено можливості використання креативних індустрій у посткризових ситуаціях та програмах післявоєнного відновлення. Висновки: обґрунтовано доцільність залучення креативних індустрій у післявоєнне відновлення України, щоб забезпечити сталий розвиток економіки та швидкі темпи виходу з кризової ситуації.

Ключові слова: креативні індустрії, креативна економіка, креативне місто, культурні індустрії, криза, післявоєнна відбудова, посткризове відновлення.

Як цитувати: Євтушенко О.В., Арсенкіна Д.Д. Можливості післявоєнного відновлення економіки за допомогою креативних індустрій *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2022. № 16. С. 64–74. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-07>

In cites: Yevtushenko O., Arsenkina D. (2022) Possibilities of post-war economic recovery using creative industries. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (16), P. 64–74. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-07> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Станом на кінець вересня 2022 року злочини країни-агресора проти культурної спадщини України були зафіксовані у 13 областях країни. Заступниця міністра культури та інформаційної політики України повідомила, що загальна кількість зруйнованих або пошкоджених об'єктів складає 493 одиниці. Перший заступник Міністра культури та інформаційної політики України відмітив, що внаслідок збройної агресії було пошкоджено 5 меморіальних пам'яток на честь історичних особистостей та подій XIX-XX ст., 31 будівля та комплекси музеїв і заповідників, 87 будинків культур, а також клубні заклади, бібліотеки, театри, філармонії, заклади мистецької освіти та інші об'єкти культурної спадщини на території 152 громад [4]. Серед них 23 пам'ятки національного значення, 110 пам'яток місцевого значення, 129 об'єктів цінної історичної забудови та 7 щойно виявлених об'єктів культурної спадщини. Крім цього, значного руйнування зазнали релігійні споруди. 166 з них або знищені, або пошкоджені, при цьому 53 з них перебувають на обліку як пам'ятки історії, архітектури та містобудування.

17 об'єктів культурного фонду країни повністю знищені та не підлягають відновленню, стан ще 24 об'єктів залишається невідомим. 99 об'єктів (25% від загальної кількості пошкоджених об'єктів) зазнали важкого ступеня ураження. Ще 240 об'єктів зазнали середнього ступеня ураження. Реставрація займе для багатьох із них дуже тривалий час, при цьому

відновити повністю довоєнний вигляд буде не можливо. Вони мають великі шанси на повне відновлення, із збереженням усіх унікальних характеристик [5]. Лише 184 культурних об'єкта зазнали легкого ступеня ураження і будуть відновлені у найкоротший термін при відповідному рівні фінансування.

Найбільша кількість руйнувань була зафіксована на території Донецької (72%) та Миколаївській (37%) областях. Більше 10% об'єктів культурної спадщини постраждали у Харківській (27%), Київській (26%), Чернігівській, Сумській та Луганській областях (рис. 1). Одиначні руйнування були зазначені у Вінницькій, Львівській, Житомирській, Одеській, Херсонській Дніпропетровській, Запорізькій областях та у м. Київ.

Не можна не відмітити, що кількість культурних пам'яток, що зазнають ураження під час війни зростає щодня. На кінець липня кількість об'єктів, що зазнала збитків, зросла в п'ять разів у порівнянні з відповідним показником на квітень 2022 року.

Крім об'єктів культури під час війни на території України постраждали або захоплені 388 заводів і підприємств, 19 аеропортів, 2290 закладів освіти та 131300 жилих будівель [9]. Загальні збитки, що вдалось підрахувати станом на вересень 2022 року становлять 113,5 млрд доларів.

Економіка України зазнає колосальних збитків від російської збройної агресії, і зараз ці втрати важко оцінити, адже війна триває. Економіка країни вже знаходиться у стадії кризи. ВВП країни впав на

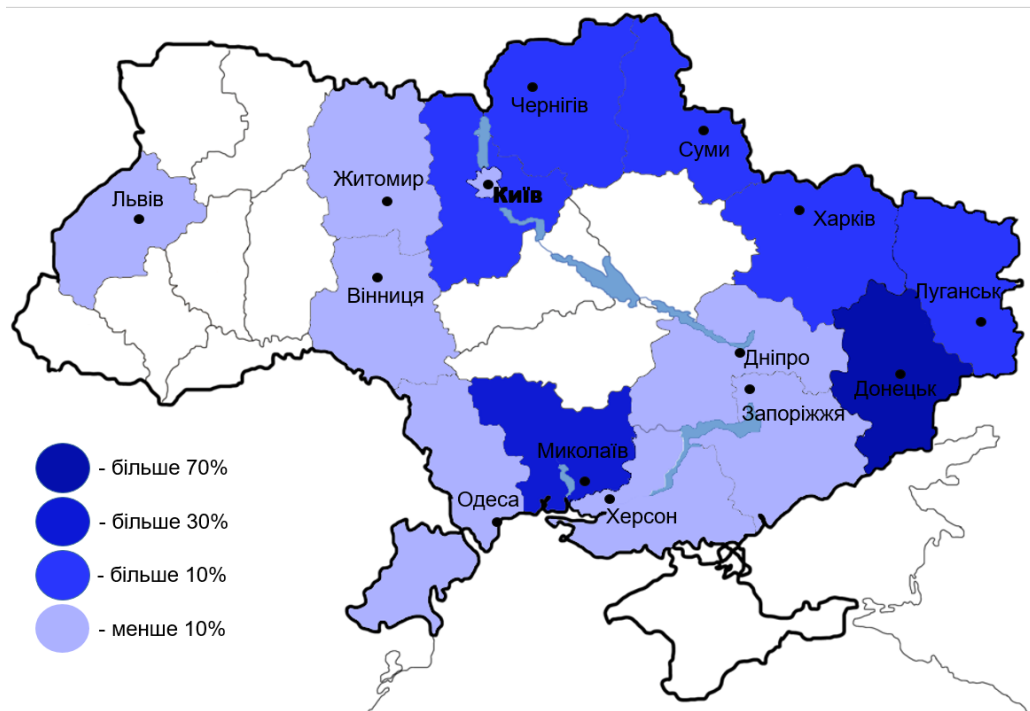


Рис. 1. Ступінь руйнування об'єктів культурної спадщини України*
*Складено авторами за джерелом: [5]

37%, а рівень безробіття становить 35%, показник експорту впав на 40. Вартість відбудови України та її економіки вже зараз сягає близько 349 мільярдів доларів США. Про це ідеться у новому звіті, підготовленому Світовим банком, Єврокомісією та українським урядом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання креативних індустрій знаходять відображення в роботах таких законрдонних науковців, як Р. Флорида, Ч. Лендрі, Е. Пратт, Дж. Гоукінс, Й. Клоудова та інші. Наукове становлення креативних індустрій є досить новим для України, проте вже існують певні наукові здобутки таких вчених як Вахович І. М., Євсеев А. С., Панова І. О., Парфіненко А. Ю., Степанов А. А., Савина М. В., Дубина І. Н., Головін С. Ю., Чмут А. В., Синякова К. М.

Мета статті полягає в аналізі способів залучення креативних індустрій у посткризовому відновленні економіки.

Виклад основного матеріалу. Креативна економіка заснована на використанні людьми своєї творчої уяви для підвищення цінності ідеї. Джон Хоукінс розробив концепцію в 2001 році для опису економічних систем, де вартість базується на нових уявних якостях, а не на традиційних ресурсах землі, праці та капіталу [1]. Порівняно з творчими галузями, які обмежені окремими секторами, цей термін є використовується для опису креативності в усій економіці. Деякі спостерігачі вважають, що креативність є визначальною характеристикою розвинених економік 21-го століття, так само як промисловість була типовою для 19-го та початку 20-го століть.



Рис. 2. Концепція «Трьох Т» за Р. Флорідом*
*Складено авторами за джерелом: [16]

Сектор креативних індустрій також називають «креативними та культурними індустріями», «креативними та цифровими індустріями» або «креативною індустрією» в рамках «креативної економіки». Нещодавно їх назвали «помаранчевою економікою» (La Economía Naranja) у Латинській Америці та Карибському басейні.

Існує багато визначень креативних індустрій, їх наводить ЮНЕСКО (Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури), ЮНКДАТ (Конференція ООН з торгівлі та розвитку), ВОІС (Всесвітня організація інтелектуальної власності), Міністерство культури, ЗМІ та спорту Великої Британії, Центр ідей Гон-Конгу, Американська Асоціація Мистецтва та інші. Але завжди цей термін стосується галузей, які поєднують створення, виробництво та комерціалізацію творчості, що має нематеріальний і культурний характер.

Культурні та креативні індустрії часто називають такими, що базуються на креативності особистості, тобто головним ресурсом виступає саме людина з її творчими здібностями. Творчі індустрії відіграють подвійну роль в економіці: по-перше, вони складаються з особливо інноваційних напрямків бізнесу, які виробляють безліч нових продуктів і послуг; по-друге, вони відіграють особливу роль як постачальники творчого внеску в інноваційну систему.

Розвиток креативних індустрій несе множинні позитивні ефекти для економіки та суспільства, включаючи зростання малого та середнього підприємництва, створення робочих місць, диверсифікацію та збільшення обсягів несировинного експорту, підвищення якості людського капіталу за рахунок залучення спеціалістів та формування затребуваних компетенцій [10]. Креативні індустрії також є джерелом стійкого інклюзивного зростання, оскільки надають можливості для саморозвитку та сприяють формуванню комфортного середовища для життя.

Деякі автори, такі як Річард Флорида та Бернара Гесьє, продовжили цю ідею, розвинули її та побудували на теоретичному рівні. Флорида стверджує, що економічний і соціальний динамізм території пов'язаний значною мірою як з наявністю дуже широких творчих професійних класів художників, письменників, акторів, дизайнерів чи архітекторів, так і науковців, інженерів, юристів та інтелектуалів [16]. Отже, міста повинні бути забезпечені найкращим обладнанням та інфраструктурою, що дає змогу залучати всі ці типи соціально-професійних категорій. Наявність цих творчих класів призвела до розвитку нового економічного циклу, тобто креативної економіки, яка базується на трьох факторах культури, трьох «Т» (рис. 2).

Закон України «Про культуру» визначає «креативні індустрії» як види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження.

24 квітня 2019 року Кабінет Міністрів України прийняв розпорядження № 265-р «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій». Класифікація творчих індустрій згідно з законом України представлена на рис. 3.

Дані Глобального індексу креативності та Глобального індексу інновацій свідчать про те, що

ряд країн з перехідною економікою мають досить високий рівень креативного потенціалу (таблиця 2). До них входить і Україна.

Такі країни, як Україна та Чорногорія, які мають найвищі показники експорту креативних індустрій мають досить високе значення у Глобальному індексі креативності і входять до топ-50: Україна (45), Чорногорія (46). Значний потенціал розвитку креативної економіки також підтверджується значенням Глобального індексу інновацій. Україна входить до 50 найкращих та зберігає відносно стабільний рейтинг з 2014 року. Проаналізувавши рейтингові показники України, можна стверджувати, що

Таблиця 1

Варіанти визначення поняття «креативні індустрії»

Організація	Тлумачення визначення
Закон України «Про культуру»	види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження
ЮНЕСКО (Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури)	культурні галузі промисловості, культурні та артистичні послуги як у живому виконанні, так і в запису; характеризуються використанням творчих або артистичних зусиль
ЮНКТАД (Конференція ООН з торгівлі та розвитку)	як матеріальні товари та послуги, так і нематеріальні інтелектуальні або художні товари та послуги з творчим змістом, з використанням переважно інтелектуального капіталу, економічною цінністю та з комерційними цілями
Міністерство культури, ЗМІ та спорту Великої Британії	виробництво, засноване на творчому потенціалі кожної окремої людини, його навчаннях і таланту; при цьому існує потенціал розвитку виробництва, збільшення прибутку, створення нових робочих місць на підставі використання даного потенціалу та інтелектуальної власності
Центр ідей (Гон-Конг)	галузі виробництва, які створюють товари і послуги, використовуючи творчий потенціал і інтелектуальну власність в якості основних активів
Американська Асоціація Мистецтва	виробництво товарів і послуг, пов'язане зі створенням і поширенням як аматорського, так і професійного мистецтва

Складено авторами за джерелами: [6, 14, 15]



Рис. 3. Класифікація творчих індустрій згідно з законом України*

*Складено авторами за джерелом: [5]

Таблиця 2

Потенціал розвитку креативних індустрій у країнах з перехідною економікою

Країна	Ранг компонентів Глобального індексу креативності 2021			Місце в Глобальному індексі креативності 2021	Глобальний індекс інновацій 2021		Місце в Глобальному індексі інновацій 2021
	Технології	Талант	Толерантність		Вхідний субінд.	Вихідний субінд.	
Україна	43	24	105	45	75	35	49
Чорногорія	51	34	83	46	51	55	52
Сербія	70	45	58	54	56	58	55
Грузія	35	82	78	64	53	62	59
Македонія	76	63	70	74	71	93	84
Казахстан	72	54	54	84	55	91	74
Узбекистан	74	111	64	100	-	-	-
Вірменія	83	50	133	103	94	50	68
Молдова	85	57	128	105	79	37	48
Боснія і Герцеговина	77	70	119	108	68	82	77
Азербайджан	98	78	92	110	76	87	82
Таджикистан	106	90	85	114	104	88	101
Албанія	83	90	118	116	69	95	83

Складено авторами за джерелами: [6, 8]

Таблиця 3

Зміст програм посткризового відновлення економіки країн із залучення культурних та креативних індустрій

Країна	Програма	Зміст
Ісламський Емірат Афганістан	Національну програма культури та креативної економіки Афганістану	– Програма, якою керує ЮНЕСКО, підтримує низку інноваційних заходів у надзвичайно складних умовах у восьми тематичних областях: – право на культуру; – покращена вища освіта для культури та креативних індустрій; – перекладацький рух Афганістану; – правова база та політика для культури, творчих індустрій та охорони культурної спадщини; – охорона культурної спадщини Афганістану; – архітектура громадських місць; – мережа культурних центрів Афганістану; – мережа креативних міст Афганістану.
Індонезія	Культурно-інформована реконструкція та відновлення в постконфліктному середовищі	– Світовий банк та інші партнери з розвитку підтримали уряд Індонезії в його зусиллях з комунікації та інформаційно-роз'яснювальної роботи через низку культурних інтервенцій, здійснених різноманітними партнерами в системі ООН та громадянського суспільства – – розвиток ЗМІ; – розвиток творчих напрямків; – створення мирних щоденників; – відкриття культурних та креативних центрів.
Ліван	Програма відродження культурної спадщини та міського розвитку	Проект сприяв економічному зростанню країни та згуртованості громади, відновивши п'ять історичних міст – Тріполі, Біблос, Баальбек, Сайда та Тир – разом з їх історичними та культурними пам'ятками. Це стратегічне втручання в культурний та міський розвиток включало структурну реставрацію історичних будівель, реставрацію археологічних об'єктів і пам'яток, а також створення бази для подальшого розвитку креативного сектору.
Східний Тимор	Програма підтримки культурної спадщини, що сприяє примиренню та розбудові нації	Культурна програма охоплювала основні види діяльності, включаючи: програму невеликих грантів, керовану некомерційним тиморським фондом культурної спадщини, розвиток центру національної спадщини та вистави в колишньому національному музеї, створення серії галерей і приміщень для вистав, де помітно будуть представлені традиційні жіночі ремесла.

Складено авторами за джерелом: [13]

креативний потенціал країни достатньо високий та базується він на талантах або на людському капіталі [17]. До негативних чинників слід віднести: несприятливе політичне, законодавче та бізнес-середовище; відсутність чіткої стратегії розвитку культурно-креативної сфери країни, недостатній

обсяг інвестицій. Поліпшення цих чинників у майбутньому, починаючи з законодавчого регулювання, забезпечить сталий розвиток креативної економіки країни.

Креативні індустрії містять у собі поняття цифрової епохи, яка змінила контекст культурних ін-

дустрій. Культура набула промислової форми в індустріальному середовищі. Промислова революція ввела серйозні зміни в життя суспільства, такі як урбанізація, нові моделі споживання, принципи організації робочої сили, пристосування до економічних потреб промислового виробництва, лібералізація, а також концентрація капіталу. Тому креативні індустрії потрібно розглядати в контексті цифровізації, а не лише в контексті культури та творчості.

Важливою частиною передісторії креативних індустрій є омолодження міст, де мистецтво може відігравати значну роль – роль ребрендингу [3]. Закриття багатьох промислових виробництв як наслідок постіндустріального розвитку залишив багато міських територій з численними занедбаними промисловими підприємствами та забрудненими просторами, не привабливими для життя.

Варіанти економічного креативного відновлення вже застосовувалися у програмах післявоєнної відбудови у Німеччині після Другої світової війни, також була розроблена Програма національної солідарності для розвитку культурних та креативних індустрій для Ісламського Емірату Афганістан, Програма реконструкція та відновлення під керівництвом уряду та культури після конфлікту та цунамі в Індонезії, Програма відродження міської спадщини в Лівані, Східному Тиморі, Сальвадорі та

інших країнах. Тема омолодження простору в культурології формується як мистецтво відродження міст. Ідея полягає в тому, щоб використовувати креативні підходи до архітектури, міського мистецтва та проекти, орієнтовані на розвиток міського середовища.

Внесок публічного мистецтва може бути економічним, соціальним, екологічним та психологічним. Це означає вирішення проблемної глибокої структурної перебудови в колишніх промислових містах або містах, що зазнали руйнування. Погляд на художнє втручання в публічну сферу радикально змінився протягом 1980-х років. Публічне мистецтво стало все виправдовуватися не в естетичному плані, а в перспективі внеску в економіку міста, що широкому сенсі можна назвати «відродженням міста» [12]. Холлі Робертсон визначає в своїй праці, що міські експозиції створюють «ауру» міста та відіграє важливу рекламну роль, надаючи зображення, образ, які розповсюджуються через місцеві, національні та міжнародні ЗМІ. Тобто, це безпосередньо вплине і на проблему брендингу міст. Культура дійсно відіграє певну роль і може відігравати ще більшу роль у відродженні, якщо її розглянути належним чином.

Політика креативних індустрій включає ідею «креативних міст». Агентство Comedia та його засновник Чарльз Лендрі у 2000 році опублікував

Таблиця 4

Основні елементи креативного міста та їх основні характеристики

Ключовий елемент	Характеристика	Середовище виробництва або споживання
Соціальний клімат	– переважаючі цінності та установки; – соціальна толерантність; – відкритість до різноманіття	обидва
Представництво	– бренд; – цінність культурної спадщини; «історія», – специфічні внутрішньоміські зони	обидва
Ринок праці	– різноманітний резерв талановитих працівників; – професійне навчання; – відкритий ринок праці	обидва
Міське та житлове середовище	– різноманітність і розміри будівель; – яскраве вуличне життя; – різноманітні громадські місця, зручність пішоходів; – автентичний вигляд міста	обидва
Атмосфера	– мережі «віч-на-віч»; – неявне знання; – вуличне життя; – можливості для незапланованих зустрічей	обидва
Зручності	– культурні фестивалі; – спортивні споруди на відкритому повітрі; – парки; – заклади освіти; – спеціалізовані бібліотеки; – різноманітність кафе і ресторанів	споживання
Кластери	– доступні приміщення; – старі промислові будівлі; – пошкоджені будівлі	виробництва
Політика, уряд і управління	– створення умов, а не детальне планування; – співробітництво між місцевою владою, державними підприємствами та бізнесом	обидва

Складено авторами за джерелом: [10]

роботу «Креативне місто: інструментарій для міських новаторів», де доводить необхідність розвитку культури творчості, переоцінку погляду на розвиток міського середовища та виявляє творчість як засіб для створення багатства та узаконення використання уяви в публічній сфері.

Конкурентоспроможна міська економіка з високим рівнем затрат капіталу, часу та людських ресурсів більше не може конкурувати з масовими продуктами, а повинна зосередитися на символічних цінностях [16]. Це вимагає переорієнтації їх виробничих структур у бік творчої проєктної діяльності. Крім того, це вимагає здатності до постійних і швидких інновацій. Отже, креативні інновації зараз становлять основну діяльність широкого кола

галузей. З огляду на це, творчі люди наразі є найважливішим ресурсом для економіки. У таблиці 4 представлені основні чинники успіху, або ключові елементи креативного міста.

Варто зазначити, що більшість елементів стосуються як виробництва, так і споживання. Тому політика місцевого креативного міста не повинна фокусуватися виключно на політиці, орієнтованій на людей або на бізнес перспективу, а має поєднувати їх. Це вимагає більш інтегрованої місцевої політики в інші сфери, особливо в мистецтво та культуру та просторовий розвиток. Рейтинг ключових елементів зверху вниз відображає висхідний ступінь щодо впливу місцевої політики. Нижній елемент представляє ідеї щодо управління, тобто як та за допомогою яких інституційних механізмів міста працюють над цими факторами.

Креативні індустрії мають у собі концепцію відновлення будівель, що зазнали під час війни важкого ступеня ураження. При цьому будівлі можуть не обов'язково мати первісно культурний характер [2]. Під час відновлення вони дещо змінюють свій первісний вигляд, але при цьому стають сучасними культурними центрами, що використовують набір останніх технічних надбань і мають великий потенціалом для туризму.

Інноваційне перетворення історичних індустріальних об'єктів або пошкоджених під час воєнних дій або природних катастроф полягає у максимальному збереженні об'єкта, його архітектурних та художніх особливостей і одночасно – у його залученні до сьогоденного життя шляхом наповнення простору сучасними функціями. Часто таке перетворення лежить у руслі формування класичної тріади суспільно-інноваційного розвитку (технології-інформація-соціальний інжиніринг) (рис. 4).

В таких просторах розміщуються:

- комфортні, творчі робочі площі для ведення віртуальних досліджень та інноваційного пошуку або для роботи окремих суб'єктів господарювання;

- інформаційні та культурно-просвітницькі установи, що пропагують та впроваджують інформацію, науку та знання в усі види людської діяльності;



Рис. 4. Зміст креативних просторів*
*Складено авторами за джерелом: [2]



Рис. 5. Напрямки архітектурного відновлення споруд*
*Складено авторами за джерелом: [16]

– суспільно - рекреаційні простори, які по суті є об'єктами соціального інжинірингу, що створюють нове дружнє середовище і стимулюють якісні інноваційні зміни в суспільстві.

Архітектурні підходи спеціально регламентуються і можуть варіюватися в широкому діапазоні: від збереження та реставрації - до різних прийомів добудови, відбудови, надбудови з частковим збереженням історичних елементів і деталей (рис. 5).

Розглянемо їх детальніше:

– прийом відтворення втрачених елементів, що імітують матеріали та конструкції пам'ятника;

– прийом створення нового внутрішнього каркаса в межах пам'ятника (який імітує історичні елементи, додаючи необхідні за сучасними нормативами та/або потрібними для здійснення нової функції деталі;

– прийом збереження історичних обрисів пам'ятника при частковій добудові та заміна елементів, що виконуються в контрастних матеріалах та конструкціях;

– прийом збереження зовнішньої оболонки та основних історичних характеристик інтер'єру при локальному внесенні у внутрішній простір нових елементів, необхідних за сучасними нормативами та/або необхідними для здійснення нової функції;

– прийом збереження оригінальної зовнішньої оболонки для використання її як виразної форми в міських просторах. Промислові інженерні споруди цілком можуть служити основою для перетворення і використовуватися як простір для виконання нової функції або як декоративний скульптурний елемент.

При збереженні лише стабільної архітектурно-конструктивної оболонки забезпечується найбільша свобода функціональних нововведень та перетворень [14]. Однак в руслі сталого розвитку при оцінці співвідношення пам'ятника, що зберігається і модернізується в просторі, враховується, що адаптивне повторне використання ціннісних характеристик інтер'єрів, стаціонарних старих конструкцій, базових комунікацій і обладнання - це не тільки данина поваги минулому, але і скорочення витрат на будівництво, економія ресурсів та енергії.

У процесі досліджень було розглянуто декілька історичних індустріальних проектів, реалізованих у багатьох країнах світу. Для розгляду було обрано об'єкти, що мають високу історико-художню цінність, нові функції яких лежали в межах згаданої вище інноваційної тріади [15]. Критеріями відбору послужили ступінь інноваційності привнесених функцій і діапазон прийомів архітектурного перетворення:

– гнучкі робочі простори для ведення дослідницьких та інноваційних процесів підприємцями та компаніями, що забезпечують можливості потенційного розвитку та підтримки професіоналів, сти-

мулювання творчості та підвищення робітничих та соціальних навичок - лабораторії, офіси, стартапи, коворкінги;

– різного роду музеї, виставкові простори, інформаційні центри, медіатеки, бібліотеки, планетарії та ін.;

– концертні зали, творчі студії та майстерні, кінотеатри, креативні майданчики, спортивні об'єкти, галереї.

Одним із найвідоміших європейських прикладів відновлення економіки завдяки креативним індустріям став Рурський регіон у Німеччині. Його часто порівнюють з українським Донбасом. В середині другої половини ХХ століття рентабельність важкої промисловості почала знижуватися, а сам регіон почав занепадати. Виникла і велика екологічна проблема: внаслідок промислового забруднення найбільшої річки регіону - Емшер.

В 1989 року була проведена Міжнародна будівельна виставка «Емшер Парк», метою якої було знайти нові шляхи урбаністичного та економічного розвитку території, обговорити його ідентичність з огляду на індустріальну спадщину. Так регіон вирішили перетворити на центр креативних індустрій та зеленої економіки. Ця трансформація успішно пройшла завдяки трьом складовим: широкому публічному обговоренню, послідовній політиці німецького уряду та інвестиціям.

До Всесвітньої виставки 1900 року в Парижі архітектор Віктор Лалу створив чудовий комплекс вокзалу д'Орсе з готелем. На той час це була найпрогресивніша споруда з безліччю технічних нововведень [13]. Але вже до 1939 року вокзал застарів і міг обслуговувати лише приміське сполучення. Згодом будівлю використовували і як поштовий центр, і як пересилальний пункт для військовополонених, паркінг, цирк тощо. Згодом від вокзалу залишилася одна зовнішня оболонка.

На початку 1970-х років почалося перетворення цієї пам'ятки архітектури у музей витончених мистецтв ХІХ століття. За проектом італійського дизайнера Гаї Ауленті в інтер'єрі було побудовано дві вежі, що завершили внутрішній простір [14]. Круглі вітражі купола були відновлені в первісному вигляді. Усередині організували три основні рівні, на яких розташували експозицію. Шляхом значних нововведень та модернізації інтер'єрів, але при збереженні зовнішнього вигляду чудова пам'ятка архітектури початку ХХ століття була перетворена на музей світового значення.

Історичний ринок Карро до Тампль побудований в 1868 році в паризькому районі Мара - один із небагатьох прикладів традиційної паризької ажурної металевої архітектури. У 1982 році ринок був занесений до списку спадщини Франції, в 2014 році перетворений в багатоцільовий культурно-спортивний комплекс. Історичний будинок площею

3500 кв. м було розширено за рахунок додавання двох нижніх рівнів, де розмістилися технічні служби та спортивно-рекреаційні зали. В результаті загальна площа нового об'єкта становила 9045 кв. м. Наземний рівень залишили та розмістили там сучасну конференц-залу на 250 місць.

Виробничий комплекс, що отримав назву «Перегінний куб», був побудований в 1906 році в промисловій зоні центральної частини міста Вадодар (Індія) [1]. Раніше там розміщувалося виробництво пеніциліну. До 2018 року комплекс було перетворено, проведено музеєфікацію початкової функції. Сьогодні тут розміщені: музей, що включає основне виробниче обладнання історичного перегінного куба з приміщеннями, що його обслуговують, художні студії, експозиційні та виставкові зали, офіси, бібліотека, кафе. Ємності перегінного куба збережені як основні музейні експонати та відкриті очам відвідувачів. Навколишні історичні корпуси відреставровано, збережено своєрідність архітектури та конструкцій.

Кабельний завод «Нокія каапелі», що діяв у місті Гельсінкі з 1939 року, був виведений з міста в середині 60-х років минулого століття [17]. У цегельних корпусах, що звільнилися, в 1987 році на площі 56000 кв. м був створений найбільший у Фінляндії Центр Каапелі – унікальний культурно-діловий простір, де працюють три музеї, десять галерей, театр танцю, художня школа, різноманітні творчі студії, ділові офіси. Конструкції та архітектура історичних промислових будівель тут повністю збережена, так

само як і загальний вигляд і атмосфера великого заводу середини минулого століття. Центр «Каапелі», що виходить на міську набережну, став великим багатофункціональним культурним простором Гельсінкі, а різноманітний склад функцій робить його затребуваним у всіх категорій населення.

Висновки. Використання креативних індустрій має широкі можливості у відновленні економіки. Залучення креативних індустрій мало місце у Програмах посткризового відновлення економіки таких країн як Німеччина, Афганістан, Ліван, Індонезія, Східний Тимор та інших. Популярним напрямком розвитку міст є ідея «креативного міста», яка підкреслює необхідність розвитку культури творчості, переоцінку погляду на розвиток міського середовища та виявляє творчість як засіб для створення багатства. На розвиток саме креативних міст зараз спрямовані стратегії розвитку Європейських країн. Ще однією можливістю перетворення післявоєнного середовища є інноваційне перетворення та використання частково зруйнованих приміщень або індустріальних приміщень, що знаходяться у занедбаному стані. Таке перетворення лежить у руслі формування класичної тріади суспільно-інноваційного розвитку (технології-інформація-соціальний інжиніринг). Галузь креативних індустрій може забезпечити сталий розвиток економіки та швидкі темпи виходу з кризової ситуації, тобто має перспективи до залучення у післявоєнне відновлення України.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Врахович І.М. Розвиток креативних індустрій регіональний вимір: монографія. Львів: «Омельченко В.Г.», 2017. 528 с.
2. Гринчук Є. С., Коваль Н. В. Креативний потенціал України: аналіз, напрямки розвитку. *Економічна наука*. 2020. № 7. С. 6–15.
3. Клоудова Й. Влияние развития креативной экономики на экономически отсталые регионы. *Вопросы экономической политики*. 2012. № 101. С. 110–125.
4. Креативна Україна: веб-сайт. URL: <http://creativeukraine.org.ua/>.
5. Міністерство культури та інформаційної політики України: веб-сайт. URL: <http://mincult.kmu.gov.ua/control>.
6. Офіційний сайт UNCTAD: веб-сайт. URL: <https://unctad.org/>.
7. Парфіненко А.Ю. Парадигма туризму XXI століття. *Економіка та держава. Міжнародний науково-практичний журнал*. 2010 № 9. С. 15–45.
8. Сиваш Ю. М. Оцінка креативного потенціалу регіонів України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. № 15. С. 117–120.
9. Центр української культури та мистецтва: веб-сайт. URL: <https://www.dolesko.com/>.
10. Butaud-Stubbs E., Konstantinou N. Creative and cultural industries – A European asset to be used in global competition. *Lecture Notes in Networks and Systems*. 2019. 97–111 p.
11. Creative Industries Cluster Programme. Веб-сайт. URL: <https://creativeindustriesclusters.com/>.
12. Hong Y., Chen H. Does the Medium-term Development of the Creative Economy Guarantee Long-term Evolution. *International Journal of Cultural and Creative Industries*. 2017. № 1. 22–44 p.
13. Italian Agency for Development Cooperation. Cultural Heritage and Urban Development in Lebanon (CHUD). *The European perspective*. 2016. 154–158 p.
14. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Concept Note: National Program of Culture and Creative Economy (Afghanistan). Paris: UNESCO. 2015.

15. United Nations and World Bank. Pathways for Peace: Inclusive Approaches to Preventing Violent Conflict. Washington, DC: World Bank. 2018.

16. Vasylieva, T., Lyeonov, S., Lyulyov, O., & Kyrychenko, K. Macroeconomic stability and its impact on the economic growth of the country. *Montenegrin Journal of Economics*. 2018. №14. 159–170 p.

17. Wassell K., Todd I. Timor-Leste: Links between Peacebuilding, Conflict Prevention and Durable Solutions to Displacement. Washington, DC: Brookings Institution. 2014. 34–39 p.

Стаття надійшла до редакції 21 вересня 2022 р.

Стаття рекомендована до друку 24 жовтня 2022 р.

Olena Yevtushenko, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: evyvtushenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>

Daria Arsenkina, Student, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: dasha.arsenkina14@gmail.com; ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0341-3022>

POSSIBILITIES OF POST-WAR ECONOMIC RECOVERY USING CREATIVE INDUSTRIES

In recent years, a fundamentally new concept of social and economic development has been actively developing in the world, which puts creativity and cultural resources at the forefront of the modern, post-industrial economy. This innovative sector is called the creative economy. The high growth rates of the creative economy (from 3% to 17.6%) are four times higher than the growth rates of industrial production. This concept can also be used in crisis situations to achieve a rapid growth rate of economic indicators. The article highlights the possibilities of using creative industries in post-crisis situations and the post-war recovery program, outlines the signs of a «creative city». The indicators of Ukraine among countries with transition economies in the Global Index of Creativity and the Global Index of Innovation, as well as the possibility of building creative spaces on the basis of destroyed or abandoned premises, were analyzed. The subject of the research is the analysis of the place of creative industries in the post-war economy. The goal is to identify opportunities for the involvement of creative industries in the post-crisis recovery of the economy. The task is to outline the place and features of the development of creative industries in the country's economy, to analyze post-crisis recovery programs involving the creative sector, to define the main elements of a «creative city» and to classify innovative transformations of historical objects. General scientific research methods are used: analysis and synthesis, descriptive, systemic, comparative and structural analysis. During the study, the following results were obtained: the possibilities of using creative industries in post-crisis situations and post-war recovery programs were revealed. Conclusions: the expediency of involving creative industries in the post-war reconstruction of Ukraine in order to ensure sustainable development of the economy and rapid recovery from the crisis situation is substantiated.

Key words: *creative industries, creative economy, creative city, cultural industries, crisis, post-war reconstruction, post-crisis recovery.*

REFERENCES

1. Vrakhovych I.M. (2017) Rozvytok kreatyvnykh industrii rehionalnyi vymir: monohrafiia [Development of creative industries regional dimension: Monograph]. Lviv «Omelchenko V.H.», 528 (in Ukrainian).
2. Hrynychuk Ye.S., Koval N.V. (2020) Kreatyvnyi potentsial Ukrainy: analiz, napriamky rozvytku [Creative potential of Ukraine: analysis, directions of development]. *Ekonomichna nauka [Economics]*, (7), 6–15 (in Ukrainian).
3. Kloudova Y. (2012) Vliyanye razvytyia kreatyvnoi ekonomyky na ekonomychesky otstaliye rehyoni. [Influence of creative economy development on economically backward regions]. *Voprosi ekonomycheskoi polytyky [Questions of economic policy]*, (101), 110–125 (in Russian).
4. Kreatyvna Ukraina [Creative Ukraine]. Available at: <http://creativeukraine.org.ua/> (in Ukrainian).
5. Ministerstvo kultury ta informatsiinoi polityky Ukrainy [Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine]. Available at: <http://mincult.kmu.gov.ua/control> (in Ukrainian).
6. UNCTAD Official Site: Website. URL: <https://unctad.org/>.
7. Parfinenko A.Iu. (2010) Paradyhma turyzmu XXI stolittia [The tourism paradigm of the 21st century]. *Ekonomika ta derzhava. Mizhnarodnyi naukovy-praktychny zhurnal [Economy and the state. International scientific and practical journal]*, (9), 15–45 (in Ukrainian).
8. Syvash Yu.M. (2017) Otsinka kreatyvnoho potentsialu rehioniv Ukrainy [Evaluation of the creative potential of the regions of Ukraine]. *Naukovy visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu [Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University]*, (15), 117–120 (in Ukrainian).

9. Tsentr ukrainskoi kultury ta mystetstva [Center for Ukrainian Culture and Arts]/ Available at: <https://www.dolesko.com/> (in Ukrainian).
10. Butaud-Stubbs E., Konstantinou N. (2019) Creative and cultural industries – A European asset to be used in global competition. *Lecture Notes in Networks and Systems*. 97–111.
11. Creative Industries Cluster Programme. Web-site. URL: <https://creativeindustriesclusters.com/>.
12. Hong Y., Chen H. (2017) Does the Medium-term Development of the Creative Economy Guarantee Long-term Evolution. *International Journal of Cultural and Creative Industries*, (1), 22–44.
13. Italian Agency for Development Cooperation. (2016) Cultural Heritage and Urban Development in Lebanon (CHUD). *The European perspective*. 154–158.
14. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2015) Concept Note: National Program of Culture and Creative Economy (Afghanistan). Paris: UNESCO.
15. United Nations and World Bank. (2018) Pathways for Peace: Inclusive Approaches to Preventing Violent Conflict. Washington, DC: World Bank.
16. Vasylieva, T., Lyeonov, S., Lyulyov, O., Kyrychenko, K. (2018) Macroeconomic stability and its impact on the economic growth of the country. *Montenegrin Journal of Economics*, (14), 159–170.
17. Wassell K., Todd I. (2014) Timor-Leste: Links between Peacebuilding, Conflict Prevention and Durable Solutions to Displacement. Washington, DC: Brookings Institution. 34–39.

The article was received by the editors 21.09.2022

The article is recommended for printing 24.10.2022

DOI: 10.26565/2310-9513-2022-16-08
УДК 338:48

ІСТОРІЯ ЧЕРВОНОГО ПУТІВНИКА «МІШЛЕН» («GUIDE ROUGE» / «GUIDE MICHELIN»)

Романчук Ольга Василівна

доктор педагогічних наук, професор,
завідувач кафедри української та іноземних мов
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: olgabrvska@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8215-9741>
Scopus Author ID: 57188569190

Коваль Ростислав Семенович

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української та іноземних мов
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: kovalrostyslav@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9284-7505>

Паска Марія Зіновіївна

доктор ветеринарних наук, професор
завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: maria_pas@ukr.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9208-1092>
Scopus Author ID: 57190424788

Голод Андрій Петрович

доктор економічних наук, професор
завідувач кафедри туризму
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: aholod2012@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9022-3475>

Никига Оксана Василівна

доктор філософії (туризм)
викладач кафедри туризму
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: nykyha1993@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3492-7475>

У статті на основі ґрунтовного аналізу найрелевантніших праць провідних світових науковців, котрі займаються дослідженнями сфери гастрономічного туризму, виявлено основні аспекти розвитку відомого французького ресторанного гіда «Michelin», без якого сьогодні важко уявити світ високої кухні, кулінарний туризм та мистецтво жити. Предметом дослідження є вивчення основних тенденцій в еволюції червоного гіда, котрий протягом ХХ століття пройшов три стадії – спочатку був технічним довідником, де пропонували інформацію про товари та послуги для автомобілістів, згодом перетворився на туристичний путівник, і, врешті, трансформувався у гастрономічний гід. Метою роботи є аналіз ролі та значення цього путівника для гастрономічного туризму. Висвітлено історію французької компанії з виробництва автомобільних шин «Мішлен», діяльність засновників – братів André Michelin та Édouard Michelin, створення її символу Bibendum, розвиток самого путівника, описано пошуки шляхів для формування оптимальних принципів класифікації якості кухні. Увагу також приділено професійній діяльності найвідоміших жінок-шефів, результати роботи котрих відзначені мішленівськими зірками. Для досягнення декларованої мети

використано наступні методи дослідження: історичний, описовий, порівняльний, систематизація та узагальнення. Сьогодні червоний путівник «Michelin» друкують для багатьох країн світу та для найбільших мегаполісів, компанія розпочала випуск гід-журнала «Food & Travel», започаткувала нагороду «Зелена Зірка Мішлен» з метою відзначення ресторанів, в яких особливо дотримуються сталі гастрономії, а також запустила виробництво кухонного приладдя. Встановлено, що найкращі шеф-кухарі світу прагнуть власну справу перетворити на бізнес-імперію, не задовольняючись лише отриманням мішленівських відзнак. Вони активно активно пишуть кулінарні бестселери, беруть участь у зйомках реаліті-шоу, фільмів та серіалів, засновують авторські школи, працюють також у форматі їжі на внос та фудтраків. Водночас, виявлено зворотній бік медалі високої гастрономії – постійні стреси, споживання кухарями алкоголю та наркотиків, булінг, значне фінансове навантаження, тиск рейтингів, критика підходів мішленівської системи оцінювання, страх втратити бізнес та самогубства. Отримані результати дозволяють доповнити та розширити спеціалізовані навчальні курси у закладах вищої освіти України, де ведуть підготовку кадрів для сфери туризму, готельного та ресторанного господарства, а також відкривають нові перспективні шляхи вивчення галузі. Отже, у процесі свого історичного розвитку червоний путівник «Michelin» став найвідомішим кулінарним гідом у світі, спрямованим на те, аби клієнти отримували максимум задоволення від споживання їжі та напоїв у закладах ресторанного господарства.

Ключові слова: путівник «Michelin», рейтинг, ресторан, гастрономічний туризм, історія, зірка, класифікація, шеф.

Як цитувати: Романчук О.В., Коваль Р.С., Паска М.З., Голод А.П., Никига О. В. Історія червоного путівника «Мішлен» («Guide Rouge» / «Guide Michelin»). *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2022. № 16. С. 75–86. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-08>

In cites: Romanchuk O., Koval R., Paska M., Holod A., & Nykyha O. (2022). The history of the Michelin Red Guide. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (16), P. 75–86. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-08> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Коли мова йде про елітні заклади, наприклад, висококласні ресторани або бездоганні готелі, червоний путівник Мішлен / Guide Rouge / Guide Michelin володіє незаперечним авторитетом і силою у світі розкішної кухні. Сам путівник автоматично асоціюють з розкішшю (luxury), ексклюзивністю (exclusivity) та високими цінами (expensiveness) [32, с. 59]. За понад 120 років свого існування цей кулінарний гід перетворився з простого технічного довідника у справді культовий гастрономічний бестселер, у якому прагнуть бачити свої заклади найвідоміші шефи світу, закулісна боротьба між котрими подекуди супроводжується значними фінансовими витратами, постійними стресами, споживанням алкоголю та наркотиків і самогубствами. Без нього сьогодні важко уявити світ високої кухні (haute cuisine), гастрономічний туризм (tourisme gastronomique) та мистецтво жити (art de vivre). У нашій статті на основі аналізу важливіших закордонних праць зроблено спробу представити еволюцію червоного путівника Мішлен з часу його створення до початку XXI століття, а також окреслити ті напрями досліджень гідів, над якими працюють провідні науковці у світі.

Аналіз досліджень та публікацій. Тематика проаналізованих нами публікацій охоплює історію компанії «Мішлен», а також розвиток червоного путівника «Мішлен» та його вплив на французьку та світову гастрономію. Коротко розглянемо їх.

Історія французької всесвітньовідомої компанії «Мішлен» («Michelin») висвітлена у багатьох публікаціях. Stephen Harper у своїй роботі 2001 року

«Marketing Michelin: Advertising and Cultural Identity in Twentieth-Century France» («Маркетинг Мішлен: реклама та культурна ідентичність у Франції XX століття») детально аналізує розвиток компанії, вивчаючи її вплив на французьке суспільство та культурну самобутність цієї країни у XX столітті [11]. Herbert R. Lottman у праці «The Michelin men: driving an Empire» («Люди Мішлен: за кермом Імперії») (2003) описав шлях братів Michelin, котрі змогли перетворити невелике родинне підприємство в одну із найуспішніших промислових імперій у світі. Édouard Michelin продемонстрував креативні рішення у виробництві шин, водночас, André Michelin був генієм реклами та маркетингу [21]. Ця книга була доповненим виданням англійською мовою його франкомовної праці 1998 року під назвою «Michelin: 100 ans d'aventures» («Мішлен: 100 років пригод») [20].

Pierre-Antoine Donnet у 2008 році написав книгу «La Saga Michelin» («Сага Мішлен») про флагман французької промисловості. Він проаналізував історію компанії з часу її заснування братами Michelin. Він називає Édouard Michelin справжнім лідером, André Michelin – генієм маркетингу, котрий випередив свій час, François (внук Édouard), працював над міжнародним розвитком підприємства, а Édouard (син François) був наймолодшим керівником компанії, яка котирується на CAC 40. «Michelin» часто була першопрохідцем і пропонувала інноваційні рішення у рекламі, технологіях, адмініструванні, розробленні туристичних путівників. В її роботі бачили модель корпоративної культури. У книзі представле-

но розповіді багатьох керівних кадрів, де вони говорять про власний досвід, діяльність підприємства, успіхи та поразки [7]. Окремі праці стосуються історії символу компанії, який називається Бібendum / Bibendum / Bonhomme Michelin, і з'явився ще у 1898 році. До століття від його створення вийшло дві книги. Olivier Darmon у 1997 році написав «Le Grand Siècle de Bibendum» («Доба Бібendum») [6], а в 1998 році опубліковано альбом «Bibendum à l'affiche. 100 ans d'Image Michelin» («Бібendum на афіші. 100 років зображення Мішлен») [9].

Lucien Karpik (1934), відомий французький фахівець у галузі економічної соціології, автор найцитованішої статті «L'économie de la qualité» (1989) в «Revue française de la Sociologie», у 2000 році написав ґрунтовне дослідження «Le Guide rouge Michelin» («Червоний гід Мішлен»). Науковець проаналізував історію мішленівського гйда, поділивши її на три умовних періоди. Перший (guide technique / технічний гід) тривав протягом 1900–1908 років і стосувався різноманітних технічних аспектів, зокрема, інформації про товари та послуги для автомобілістів. Другий (guide touristique / туристичний гід) охопив період з 1909 по 1933 роки. Третій (guide gastronomique / гастрономічний гід), на думку вченого, тривав з 1934 по 1998 роки [14].

У 2004 році побачило світ перевидання книги Jean-François Mesplède «Trois étoiles au Michelin: Une histoire de la haute gastronomie française et européenne» («Три зірки Мішлен: Історія французької та європейської високої кухні»), передмову до якої написав шеф Alain Ducasse (1956). Це історія того, як розвивалося поняття «гастрономічний туризм» («tourisme gastronomique») з початку ХХ століття, і в чому полягає роль та значення “маленької червоної книжечки” (“petit livre rouge”), адже гастрономія є одним із проявів культури країни [23]. У 2010 році Philippe Alexandre та Béatrix de l'Aulnoit опублікували «Des fourchettes dans les étoiles. Brève histoire de la gastronomie française» («Виделки у зірках. Коротка історія французької гастрономії»), у якій дають відповідь на питання, чому Франція насправді є гастрономічним раєм [2].

У 2004 році вийшла друком книга «L'inspecteur se met à table» («Інспектор сідає за стіл»), в якій відомий ресторанний інспектор Pascal Rémy (1964) описав свою роботу, зазначивши, що радив би гурманам їсти у ресторанах із однією чи двома зірками, а не в тризіркових, оскільки “справжній талант розкривається у боротьбі” [30]. Найважливішими якостями інспектора є вишуканий смак і багаторічний досвід. Успіх шефа залежить від способу приготування страви, презентації, якості самих продуктів та умінні їх поєднувати, його індивідуального стилю. Інспектор завжди повинен ставити себе на місце клієнта. Ресторани, як правило, перевіряють раз на три роки і присвоюють зірку лише за умо-

ви спільної згоди кількох інспекторів. Протягом року інспектори можуть забрати в ресторану лише одну зірку [30]. Після публікації книги компанія «Michelin», де автор пропрацював багато років, звільнила його.

Того ж року Olivier Morteau написав книгу «Food Business: La face cachée de la gastronomie française» («Харчова промисловість: приховане обличчя французької гастрономії»), в якій здійснив спробу розкрити секрети і закулісся французької кухні, її зв'язок з агропромисловим комплексом і туризмом, вплив рейтингів, суперництво між шеф-кухарями, котрі стали міжнародними зірками [24].

Мета статті полягає у комплексному висвітленні становлення, розвитку і ролі червоного путівника «Мішлен».

Виклад основного матеріалу. Історія компанії з виробництва шин для автомобілів «Мішлен» бере свій початок з кінця ХІХ століття, її заснували брати André Jules Aristide Michelin (1853–1931) та Édouard Étienne Michelin (1859–1940). Їхніми батьками були Jules Michelin (1817–1870) та Adèle Barbier (1829–1898), у котрих також була донька Marie Eugénie Joséphine Michelin (1856–1953).

У 1886 році André Michelin розпочинає власну справу у місті Клермон-Ферран (Clermont-Ferrand), скориставшись бізнесом свого дідуся Aristide Barbier (1800–1863), котрий займався продажем обладнання для сільськогосподарських робіт та виробів з гуми. Aristide Barbier заснував власну компанію під назвою «Michelin et Cie» у 1830-х роках. Після його смерті цей бізнес був на межі банкрутства. У 1880-х роках брати Michelin активно шукали власну нішу і, скориставшись масовим захопленням велоспортом, почали виготовляти велосипедні шини. У 1889 році один із велосипедистів звернувся до Édouard Michelin у справі ремонту велосипедної шини – час для нього відігравав велике значення. Édouard збагнув, що для швидкого ремонту шина повинна бути знімною, і вже у 1891 році брати Michelin отримали патент на знімну пневматичну шину. У тому ж році відомий французький велогонщик Charles Terront (1857–1932) переміг на веломарафоні Париж–Брест–Париж, використовуючи шини від братів Michelin. Це стало найкращою рекламою для їхньої компанії [11; 14; 23; 26; 28].

Спостерігаючи за швидким розвитком автомобілів, їхнє підприємство розпочинає виробництво автошин. Тоді ж виникає питання про створення мішленівського талісмана. У 1893 році слоганом компанії було: «Le pneu Michelin boit l'obstacle» («Шина Мішлен випиває перешкоду») та цитата з «Од» Горація «Nunc est bibendum» / французькою «Maintenant il faut boire!» («Якщо пити, то зараз!»). У 1894 році під час виставки у французькому Ліоні людина, котра відповідала за оформлення стенду компанії, виставила шини одна на одну у вигляді ко-

лони. Побачивши це, Édouard Michelin сказав своєму братові, що, якщо приєднати руки, вийде кумедний чоловічок (bonhomme). Через деякий час художник Marius Rossillon / O'Galop (1867–1946) показав André Michelin плакат, від якого відмовилася броварня. На ньому було зображено доволі огрядного чоловіка, котрий, розмахуючи кухлем пива, виголошував гост: «Nunc est bibendum!». Тоді André пригадав слова свого брата і запропонував художнику намалювати товстуну, складеного з шин. Ескіз був готовий у 1898 році. Повний чоловічок на плакаті складався з шин (у той час вони були світлого кольору – оскільки у складі гуми переважали натуральні каучуки), сидів за столом, поруч зі співтрапезниками, а замість пива у кухлі O'Galop намалював цвяхи і скло як символи небезпек на дорозі. На плакаті було написано «Nunc est bibendum», тобто (с'est-à-dire) «Le pneu Michelin boit l'obstacle» / «Шина Мішлен випиває перешкоду», «À votre santé!» / «Ваше здоров'я!» [6; 9]. Того ж року мішленівський чоловічок дебютував на автомобільній виставці у Парижі. У липні, під час автоперегонів Париж–Амстердам–Париж, молодий механік, а згодом відомий гонщик Léon Théry (1879–1909), побачивши André Michelin, викрикнув: «Voilà Bibendum, vive Bibendum» / «Ось Bibendum, хай живе Bibendum». Незабаром він був зареєстрований як символ компанії [6; 9]. Дуже швидко він став надзвичайно популярним, компанія всюди розмішувала його зображення – на путівниках, дорожніх картах, поштівках, лише у 1930 році перестала активно поширювати. Його зовнішній вигляд багато разів змінювався, різні художники бачили його по-своєму. У 1970-х роках аніматори в костюмах Bibendum працювали на європейських пляжах. Він був ідеальним амбасадором, аби ознайомити світ з шинами, дорожніми мапами, готельними гідами та туристичними путівниками компанії з Clermont-Ferrand. До столітнього ювілею його вигляд знову змінився, а в 2000 році Bibendum було обрано в якості найкращого логотипу століття групою спеціалістів, опитаних «Financial Times» [19]. Сьогодні його скорочено називають Bib, а в аргосі компанії «Michelin» працівників звати «bibs».

Брати Michelin зуміли створити одну із найпотужніших бізнес-імперій у світі. Вони були введені в автомобільний зал слави в Дірборні у штаті Мічиган, США, у 2002 році. Брати також сприяли розвитку авіації, заснувавши «Prix Michelin d'Aviation» («Авіаційна Нагорода Мішлен») та «Coupe Michelin Internationale» («Міжнародний Кубок Мішлен») у 1908 році. Однак на їхньому шляху траплялись перешкоди, а життя Édouard Michelin супроводжували трагедії. Його сини трагічно загинули – Étienne Michelin (1898) у 1932 році, Pierre Michelin (1903) у 1937 році. Дружина Étienne, котра називалася Madeleine Callies (1898), пережила свого чоловіка на кілька років і померла у 1936 році. Їхній син François

Michelin (1926–2015), майбутній багаторічний генеральний директор компанії, виховувався у своїй бабусі Marie-Thérèse Wolff (1870–1953), дружини Édouard. Його ж син, Édouard Michelin (1963), загинув 26 травня 2006 року в аварії на човні.

У 1900 році, коли на дорогах їздили лише кілька тисяч автомобілів, вийшла друком маленька червона книжка, яка розповсюджувалась безкоштовно – «Guide Michelin pour les chauffeurs et les vélocipédistes» («Гід Мішлен для водіїв та велосипедистів») [14]. Її творцем був André Michelin. Вона мала на меті сприяти подорожам на автомобілях і певним чином символізувала своєрідне прощання із залізничним транспортом, який був прив'язаний до маршрутів відповідно до прокладених колій. Тепер можна було спланувати свою мандрівку за власним бажанням [14].

У перші роки приблизно чверть книги (від 22 до 29 %) присвячена технічним текстам. До кожного міста, яке було згадане у путівнику, була представлена уся корисна інформація [14]. Kory Olson вказує на те, що взаємозв'язок між картами і текстом у ранніх виданнях червоного путівника Мішлен (1900, 1905, 1913) був на той час справді інноваційним. Водіям автомобілів запропонували не опис визначних пам'яток, які потрібно відвідати під час поїздки, а вказівки щодо того, як пересуватися містом, знайти готель та отримати допомогу. Порівнюючи карти у путівниках Мішлен з мапами в інших виданнях того періоду, Kory Olson вбачає відмінність у поданні інформації для туриста на автомобілі і для того, хто пересувається пішки. Новий стиль мішленівських карт був спрямований на те, щоб звільнити власників автомобілів від залізничних маршрутів, а успіх червоного путівника змусив багатьох водіїв досліджувати Францію [26].

Lucien Karpik також наголошує на тому факті, що одним із завдань гіда було донесення інформації про перевагу автомобіля над залізницею. Гід дозволив милуватися чудовими краєвидами і надавав рекомендації стосовно тих місць, котрі вартувало відвідати та поїхати на екскурсію [14]. Він був свого роду міні-енциклопедією та довідником. З 1907 року найбільш інноваційним елементом стала «схема екскурсій»: кількадевні візити, які дозволяли систематично відкривати регіони Франції [14; 26]. Гід не викликав дискусій, скарг чи критики – його достовірність практично не ставили під сумнів.

Зміни, що відбулися з 1908 року, поступово відсунули цю реальність на другий план – утвердилася нова форма довідника, що більше зосереджувалася на людях, а не на машинах, орієнтувалася на дедалі більшу аудиторію та брала активну участь у розбудові туризму у Франції. Путівник запропонував позбутися страху перед невідомим – хаотичністю доріг, станом готелів, чесністю окремих

готельєрів тощо. André Michelin зазначав: *“Радісно потрапити в невідоме місто, але це може перетворитися на тортури, якщо мандрівник опиняється сам, якщо не знає, де поставити та відремонтувати власний автомобіль, де знаходиться найкращий готель, якою буде ціна перебування в ньому...”* [цит. за: 14].

Фактично, така трансформація демонструє еволюцію автомобільної культури у Франції, і гід Мішлен позбувається функції спеціалізованого технічного довідника. Зміни стосуються цілей подорожі та екскурсій. Після Першої світової війни автомобіль посприяв появі нової форми “гастрономії мандрівника”. Починаючи з 1920 року, гід почали продавати, а не роздавати безкоштовно. Однак, багато людей не хотіли платити за те, що до цього отримували безоплатно. Компанія також почала нагороджувати гідом Мішлен найкращих учнів шкіл. Це підняло імідж підприємства [14; 28].

Lucien Karpik зазначає, що наступні зміни відбуваються перед Другою світовою війною, і продовжуються після її закінчення. Місце технічної інформації продовжує зменшуватися (4 % з початку 1980-х), путівник повністю ігнорує екскурсійні плани з 1935 року, перелік екскурсій, які супроводжували кожне з міст, зменшується і повністю зникає, починаючи з 1969 року. Гід ставав дедалі об’ємнішим (1006 сторінок у 1934 році, 1220 сторінок у 1990 році та 1457 у 1998 році), основні ж зміни стосуються інформації про ресторани [14].

Виникають питання відносно того, яким чином подолати невпевненість щодо якості та забезпечити підтримку прийняття рішень клієнтами-читачами, а також зробити розумний вибір між численними та дуже різноманітними закладами. Lucien Karpik говорить, що, фактично, без путівника доступна публічна інформація (адміністративна класифікація, щорічні довідники, реклама) є водночас бідною, нерелевантною та ненадійною [14]. Потрібен час, аби виявити та застосовувати інструменти аналізу, які подолають ці труднощі.

Завдяки чудовим кухарям, численним гурманам, багатьом ресторанам, приготування їжі з початку XIX століття посідає особливе місце в мистецтві жити. Однак, за винятком згадки в перші роки рекомендацій Автомобільного клубу Франції, посилання на ресторани повністю відсутнє в путівнику до 1923 року [14]. Причини цього не є зовсім очевидними – можна припустити, що з концентрацією гастрономії в кількох великих містах і селянською кухнею, яка відштовхувала буржуазні смаки, географічно, ресурси для доброго харчування не були достатньо диверсифікованими, щоб фігурувати в гіді. Це тлумачення узгоджується зі скромним формулюванням, пов’язаним у перші роки з описом кухні у путівнику: *«В деяких важливих містах, в яких туристу, можливо, доведеться зупинитися, щоб*

просто поїсти, ми вказали ресторани, де, як нам повідомляли, добре готують» [14].

Здається, що немає більш очевидного, аніж точне рішення, яке виникло: з одного боку, класифікація за зручністю (шість категорій з виделками та ложками), поділена за ступенем привабливості (чорний або червоний кольори), а з іншого – класифікація якості кухні за кількістю зірочок: *, ** і *** [14]. Однак, щоб винайти цей інструмент порівняння, знадобиться десяток років. Класифікація 1923 року, відповідно до якої розрізняють три категорії (першокласні ресторани / *restaurants de premier ordre*; середні ресторани / *restaurants moyens*; скромні ресторани / *restaurants modestes*), має певні труднощі: вона встановлює асиметрію між готелем та рестораном і забороняє відокремлювати те, що стосується комфорту і те, що відноситься до кухні [14]. Класифікація 1925 року намагається вирішити ці дві проблеми: вона стає паралельною класифікації готелів. Все ж ці класифікації не були зовсім вдалим.

Lucien Karpik пише про те, що рішення було опосередковано знайдено, коли путівник у 1931 році мав намір кваліфікувати кухню готелів, і раптом зміг прийняти, оскільки вже існувала класифікація комфорту, формулювання, яке більше підходить для конкретної мети: «прекрасна і справедливо відома кухня» (*cuisine fine et justement renommée*), «кухня відмінної якості» (*cuisine d’excellente qualité*), «кухня дуже хорошої якості» (*cuisine de très bonne qualité*) [14]. У 1932 році був винайдений загальний принцип аналізу і реалізований для ресторанів: він передбачає створення двох різних аналітичних вимірів, що позначають дві неспівмірні реальності: «клас» (*classe*) і «кухню» (*cuisine*). У 1933 році була прийнята класифікація за п’ятьма категоріями класу ресторану, тоді як оцінка якості кухні (а, отже, і кількості зірок) знаходить особливу форму, пристосовану до гіда: «вартує поїздки» (*vaut le voyage*), «заслужує, щоб заїхати» (*mérite un détour*), «хороший ресторан у цій місцевості» (*bonne table dans la localité*) [14]. Lucien Karpik акцентує на конвертації довжини переміщення (*longueur du déplacement*) у вимір вартості (*mesure de la valeur*), а також чітке введення високої кухні як нової мети подорожі, що було тоді винятковою практикою [14]. Відтепер мапа гастрономічної Франції (*France gastronomique*), яка незабаром стане картою добрих ресторанів (*carte des bonnes tables*), щороку запрошує до подорожі. Саме тут починається нова формула мішленівського путівника. Мова йде про потрібну операцію з вибору, порівняння та ранжирування з метою полегшення індивідуального прийняття рішень [14].

У путівнику представлено лише десятку частину усіх ресторанів у Франції, і цей жорсткий вибір частково змінюється щороку. Цей основоположний акт

знаходить своє виправдання у фіксації мінімальної якості – без гіда випадковий вибір може призвести до найгірших розчарувань, з ним же “катастрофа” в принципі виключена. Використання аналітичної сітки дає змогу розташувати всі ресторани у множинах визначення якості і, якщо існують ієрархічні методи – кількість зірок, кількість виделок / ложок, червоний і чорний кольори – ранжувати їх для кожної з відповідних змінних. Тому всесвіт сингулярностей є або дуже простим, якщо ми розглядаємо кожну з класифікацій, або ж дуже складним, якщо ми порівнюємо численні профілі, складені за різними позиціями, які займає кожен із ресторанів у всіх відповідних вимірах [14].

Мова йшла про те, що висока кухня є частиною всесвіту безцінних товарів. З кінця 1980-х років динаміка ринку слави стала надзвичайно інтенсивною та знайшла своє головне вираження у прискореному отриманні зіркового статусу деякими відомими шеф-кухарями, у формуванні заможної міжнародної клієнтури і в тому, що вони більше не задовольняються лише якістю кухні, але й будують справжні гастрономічні палаци. Відтепер інвестиції в галузь стають значними і призводять до налагодження зв'язків із фінансовими групами: кулінарне мистецтво для деякого поступається місцем індустрії розкоші [14].

Сьогодні найвищою відзнакою Michelin є три зірки, які присвоюють ресторанам з бездоганною кухнею, які потрібно обов'язково відвідати. Дві зірки Michelin вказують на ресторани з прекрасною кухнею, які варто відвідати. Однією зіркою Michelin нагороджують найкращі ресторани у своїй категорії. У 1990-х роках вводять піктограми Bib (від Bibendum), наприклад, Bib Gourmand (1997) для ресторанів, де пропонують добру кухню за помірними цінами. У 2018 році компанія запустила випуск кухонного приладдя. У 2019 році «Мішлен» розпочав публікувати новий гід-журнал «Food & Travel», у форматі mook (magazine + book), який буде виходити кожних два роки. Перший випуск (2019) присвячений Корсиці, другий (2021) – Нью-Йорку.

Червоний путівник Мішлен публікують для Франції, Італії, країн Бенілюксу, Іспанії, Португалії, Німеччини, Великобританії та Ірландії, Швейцарії, Таїланду, окремо для таких мегаполісів як, наприклад, Париж, Лондон, Нью-Йорк, Сан-Франциско, Чикаго, Лос-Анджелес, Лас-Вегас, Токіо, Осака, Кіото, спеціальних адміністративних районів Гонконг та Макао. Серед країн Центральної та Східної Європи першим рестораном, що отримав зірку Мішлен, був заклад «Allegro» у Празі у 2008 році. На той час шеф-кухарем був італієць Andrea Accordi.

З 2018 року директором з міжнародного розвитку та співробітництва червоних путівників «Мішлен» є Gwendal Poullennec (1979), котрий зробив значний внесок у розвиток компанії. За його без-

посередньою участю вийшли гіді по Токіо (2008), Гонгконгу і Макао (2009), Кіото та Осаці (2009), Ріо-де-Жанейро та Сан-Паулу (2015), Сінгапуру (2016), Вашингтону та Чикаго (2016) [27; 28]. У 2020 році Gwendal Poullennec та Florent Menegaux (1962), генеральний директор «Michelin» з 2019 року, започаткували нагороду «Étoile Verte Michelin» («Зелена Зірка Мішлен») з метою відзначення ресторанів, в яких особливо дотримуються сталості гастрономії (gastronomie durable) [26]. Коли після смерті шефа Paul Bocuse його заклад понизили з трьох до двох зірок, Gwendal Poullennec сказав: *“Paul Bocuse, безсумнівно, ікона, однак зірки Мішлен є рекомендаціями і їхня мета – бути релевантними, актуальними і чесними... заклади слід оцінювати на рівних умовах, а зірки Мішлен не успадковують, а заслуговують”* [32, с. 62].

Шеф Joël Robuchon (1945–2018) мав 32 мішленівські зірки [12]. Сьогодні шеф Alain Ducasse має 21 зірку Мішлен [1]. Іншими найвідомішими зірковими шеф-кухарями є Eugénie Brazier (1895–1977), Paul Bocuse (1926–2018), Jean Troisgros (1926–1983), Pierre Troisgros (1928–2020), Roger Vergé (1930–2015), Michel Guérard (1933), Alain Chapel (1937–1990), Pierre Gagnaire (1950), Marc Veyrat (1950), Bernard Loiseau (1951–2003), Yoshihiro Murata (1951), Carme Ruscalleda i Serra (1952), Guy Savoy (1953), Philippe Rochat (1953–2015), Thomas Keller (1955), Martín Berasategui Olazábal (1960), Éric Fréchon (1963), Heston Blumenthal (1966), Gordon Ramsay (1966), Yannick Alléno (1968), Anne-Sophie Pic (1969), Benoît Violier (1971–2016), Enrico Bartolini (1979).

Першою жінкою, котра отримала три зірки Мішлен, була Eugénie Brazier (mère Brazier). Вона народилася 12 червня 1895 року в скромній селянській родині в La Tranclière (департамент Ain, Франція). У віці 19 років вона завагітніла від одруженого чоловіка, і була змушена залишити рідний дім і поїхати в Ліон, де, змінивши кілька місць праці, знайшла роботу в ресторані. На початку XX століття в багатьох ліонських ресторанах керували жінки, котрих називали матусями (mères) [31]. Catherine Simon у 2018 році представила портрети жінок, котрі зробили вагомий внесок у перетворенні цього міста на кулінарну столицю Франції [31]. Саме в однієї з них навчалася кулінарному мистецтву молода Eugénie. Вже у 1921 році вона заснувала власний заклад, який швидко здобув популярність. У 1929 році вона відкрила свій другий ресторан неподалік Ліона. Вона першою в історії серед жінок була два рази відзначена зірками Мішлен. У 1946 році Eugénie Brazier прийняла до себе на навчання молоду людину, демобілізовану після Другої світової війни – Paul Bocuse, котрий в недалекому майбутньому стане одним із найвідоміших шефів світу (його відзначали трьома зірками Мішлен протягом

53 років безперервно – з 1965 до 2018). Вона дуже швидко перетворилася на справжній символ Ліона та ліонської кухні на міжнародному рівні. Édouard Herriot (1872–1957), французький державний і політичний діяч, котрий був мером Ліона протягом кількох десятиліть у першій половині ХХ століття, говорив про неї: *“Вона робить більше за мене для промоції міста”*. Eugénie Brazier померла 2 березня 1977 року, похована разом із сином Gaston Brazier (1914–1974) на цвинтарі Mas Rillier, у французькому Miribel [31]. Серед книг, присвячених їй, відзначаємо «Eugénie Brazier. Un héritage gourmand» / «Eugénie Brazier. Гастрономічна спадщина» (2001), яку написав Jean-François Mesplède, «Les Secrets de la mère Brazier» / «Секрети матері Brazier» (2009), автором якої були Roger Moreau у співпраці з Roger Garnier та її онука Jacotte Brazier (1943).

Серед інших жінок відомими мішленівськими шефами, котрих відзначали трьома зірками, були Marie Bourgeois / mère Bourgeois / Marie Clémentine Humbert (1870–1937) та Marguerite Bise (1898–1965) [31]. Сьогодні найвідомішим французьким шефом є Anne-Sophie Pic. Вона народилася 12 липня 1969 року у Valence (департамент Drôme), походила з родини, яка займалася кулінарією. Її прабабуся Sophie Pic відкрила заклад «L’Auberge du Pin» у 1889 році. Серед відомих представників династії Pic були її дідусь André Pic (1893–1984), котрий у 1934 році отримав три зірки Мішлен; його син – Jacques Pic (1932–1992), ресторатор, батько Anne-Sophie. Anne-Sophie Pic навчалася у Вищому інституті менеджменту в Парижі (Institut supérieur de gestion / ISG Paris), і спочатку не бачила себе у сімейній справі. У липні 1992 року, отримавши диплом, вона все ж приєдналася до роботи у ресторані свого батька. У вересні 1992 року Jacques Pic помер. Його місце у сімейному бізнесі зайняв син Alain Pic. У 1995 році заклад втратив третю зірку. Врешті, 1997 року Anne-Sophie очолила кухню. У 2007 році вона знову отримала третю зірку.

У 1993 році Anne-Sophie Pic вийшла заміж за David Sinarian (1970). Разом вони успішно керують бізнесом, створили кулінарну школу у Valence в 2008 році, відкрили ресторан у Лозанні в 2009 році, бакалійний магазин у Valence в 2010 році, а згодом ресторан «La Dame de Pic» у Парижі. У 2014 році вони створили фастфуд у французькому стилі (à la française) у Valence і відкрили ресторан «André» (названий на честь її дідуся) у 2016 році. У 2017 році запрацював ресторан «La Dame de Pic» у Лондоні, а в 2019 році у Сингапурі в готелі Raffles. У 2021 році Anne-Sophie Pic відкрила четвертий ресторан «La Dame de Pic» в «Four Season Hôtel» у муніципалітеті Megève (департамент Haute-Savoie). Паралельно з цим вони з чоловіком вирішили перетворити сімейне підприємство у компанію «Le Groupe Pic» [16].

Пандемія коронавірусу змусила рестораторів переглянути власну справу, Anne-Sophie Pic запропонувала формат їжі на винос «Pic & Go» (délices à emporter / делікатеси на винос), запропонувавши меню з можливістю доставки по всій Франції [26], а також 12 травня 2021 року представила фудтрак (на базі Citroën, модель HY), на якому вона помістила родину Pic – від дідуся André до батька Jacques, намальованих у стилі коміксів [3]. Вона взяла участь у документальному фільмі Vèrane Frédiani «À la recherche des femmes chefs» («У пошуках жінок-шефів» – прем'єра у Франції відбулася у 2017 році), а в 2018 році була журі у випуску американської програми «The final table» про французьку кухню на Netflix. У 2020, 2021 та 2022 роках Anne-Sophie Pic взяла участь у програмі «Top Chef». З 2018 року головним сомельє у компанії Anne-Sophie Pic є Paz Levinson (Maria Paz Levinson Huarte), котра народилася в Аргентині в 1978 році, одна з найкращих у світі. Діяльність Anne-Sophie Pic відзначена численними державними нагородами та різноманітними призами.

Як бачимо, історія становлення і розвитку червоного путівника Мішлен є надзвичайно цікавою. Тому до неї привернута увага багатьох науковців у світі. Наприклад, Nguyen Vinh Hoa та Isaure May досліджують сучасний статус французької “біблії гастрономії” (“bible of gastronomy”), а також низку табуйованих тем, які путівник привносить в цю індустрію, зокрема, втрату бізнесу та самогубства. Вони також дають визначення поняття розкоші та аналізують історію червоного гіда Мішлен. Науковці відзначають доступність путівника, оцінюють його місце в новій економіці розкоші та вивчають, яким чином гід може позитивно або негативно вплинути на підприємства та окремих осіб. Їхня стаття відкриває нові перспективні напрями вивчення найпрестижнішого кулінарного путівника у світі [32].

Charalampos Giousmpasoglou, Lorraine Brown та John Cooper досліджують споживання алкоголю та наркотиків (AOD / alcohol and other drugs) серед кухарів, котрі працюють у ресторанах, відзначених зірками Мішлен, у Великобританії та Ірландії. Щоб зняти стрес та впоратися із навантаженням, помноженим на високий рівень адреналіну, фізично та психологічно важкий характер роботи, шеф-кухари мішленівських ресторанів мають тенденцію до вживання алкоголю (так званих “sweat pints”) та марихуани [8].

John Cooper, Charalampos Giousmpasoglou та Evangelia Marinakou на основі проведених інтерв'ю з шефами, відзначеними зірками Мішлен, у Великобританії та Ірландії, виявили, що вони мають сильну професійну ідентичність та культуру [5]. Суворі правила та дисципліна часто використовуються в кухонних бригадах як засоби моніторингу якості та підтримки високих стандартів отриманих

результатів. Професійна соціалізація нових членів є тривалим та болісним процесом, яка дуже часто виходить за рамки стьобу (banter). Явище булінгу (bullying) та насильства є неприйнятною формою поведінки, яку необхідно усунути. Розуміння професійної ідентичності та культури кухарів має вирішальне значення для успішної діяльності у сфері гостинності [5].

Raúl Matta та Padma Panchapakesan аналізують причини того, чому для деяких шеф-кухарів зірки Мішлен є справжнім тягарем, і далеко не усі вони прагнуть їх отримати. Наприклад, шеф Marco Pierre White (1961), котрий у 1995 році став першим британським шефом (і наймолодшим на той час), що отримав три зірки Мішлен, у 1999 році відмовився від них. Через два десятиліття, відкриваючи ресторан у Сінгапурі, він попросив мішленівських інспекторів не відвідувати заклад, і поставив під питання надійність / довіру (credibility) гіда, сказавши: *“Ви продаєте шини, я продаю їжу”* (*“You sell tyres, I sell food”*). Науковці вважають, що основний тиск на шефів – це необхідність постійно підтримувати репутацію мішленівського ресторану, психологічні стреси, фінансове навантаження, нереальні очікування відвідувачів, надмірний обсяг роботи [22]. У 2017 році французький шеф Sébastien Bras (1971) захотів вилучити свій ресторан «Le Suquet» (знаходиться в муніципалітеті Laguiole, департамент Aveyron) з путівника, оскільки не міг впоратися зі стресом, який накладала необхідність відповідати стандартам Мішлен, щоб зберегти три зірки, які він та його батько, шеф Michel Bras (1946), отримали у 1999 році. Шеф Jérôme Brochet (1971) відмовився від зірки Мішлен, присудженої його ресторану «Le France», що знаходиться в Бургундії, оскільки не міг собі дозволити платити персоналу, за обладнання та сировину, щоб відповідати вимогам гіда. У 2019 році шведський шеф Magnus Nilsson (1983) оголосив про закриття власного двозіркового ресторану «Fäviken Magasinet», аби проводити більше часу зі своєю родиною. Інші причини відмови від мішленівських зірок були у всесвітньовідомого французького шефа Marc Veurat. Його ресторан позбавили зірки у 2019 році, коли «Мішлен» звинуватив його у використанні чеддера замість реблошона та бофора. Marc Veurat ініціював судовий позов проти гіда через неправдиві звинувачення. Він хотів, аби «Мішлен» довів, що в його ресторані обідав інспектор, і знати точні причини того, чому рейтинг знизили з трьох до двох зірок. Суд відмовив шефу у задоволенні позову після того, як він не зміг переконати, що зниження рейтингу негативно вплинуло на його бізнес [22].

Сьогодні критикують мішленівську систему та процеси відбору. Недоброзичливці скаржаться на старомодний підхід, який, як вони кажуть, демонструє схильність до високої кухні у французькому

стилі та виключає або не звертає уваги на інші кухні та нові напрями у гастрономії. Інспектори також зазнають критики – шефи та ресторатори звинувачують їх у недостатніх знаннях та розумінні сучасних тенденцій та трендів у гастрономії у той час, коли секретність навколо індивідуальних рішень сприймається негативно у порівнянні з оглядами в інтернеті, які вважаються більш демократичними та прозорими [22].

Christel Lane порівнює британські та німецькі ресторани, маючи на меті проаналізувати причини того, чому в обох країнах з початку 1980-х років ресторанний сектор, відзначений зірками Мішлен, стрімко розвивається [18]. У своїй іншій праці вона наголошує, що сегмент елітних ресторанів у Великобританії та Німеччині вже протягом тривалого часу формується під впливом французької високої кухні та мішленівського путівника. Ця гегемонія виражена у домінуванні шефів французького походження, кулінарних технік і стилів та навіть ресторанній культурі. Науковиця аналізує вплив процесів глобалізації на французьку кулінарну культуру та її значення у світі. Дослідження зосереджено на британських та німецьких ресторанах, відзначених зірками Мішлен, підкреслюючи спільні та відмінні риси у процесі взаємодії між французькими, глобальними та місцевими регіональними впливами [17].

Kiattipoom Kiatkawsin та Ian Sutherland говорять про те, що кваліфікація шефів та персоналу кухні має бути одним із пріоритетів будь-якого успішного ресторану класу люкс. Окрім потреби в ресторанах найвищого сегменту ринку постійно впроваджувати інновації та підтримувати стандарти харчування, було б корисно навчити персонал, аби він запитував про нагоду, з якої відбувається трапеза. Тоді ресторан зможе підвищити значимість заходів, пропонуючи індивідуалізовані послуги, що призведе до формування клієнтського досвіду. Наприклад, безкоштовні десерти чи закуски до ювілеїв або ж невеликі сувеніри до дня народження можуть допомогти продемонструвати готовність ресторану запропонувати такі послуги для гостей. Обслуговування створює довгострокову репутацію довідника Мішлен, яку можна використовувати як важливий сигнал для формування уявлення клієнтів про якість і потужний маркетинговий інструмент [15].

Colin Johnson, Bernard Surlemont, Pascale Nicod та Frederick Revaz аналізують процедури оцінювання Мішлен і те, як шефи та ресторатори сприймають систему рейтингу та мішленівські відзнаки. Шеф-кухари, серед котрих провели опитування, відзначили ключові фактори, які пов'язують з успіхом власних ресторанів: інвестиції та види капіталовкладення, джерела фінансування, прагнення до досконалості та кулінарна майстерність [13].

Amélie Clauzel, Hélène Delacour та Sébastien Liarte досліджують потенційні наслідки від зниження оцінок експертами на рейтинг на прикладі закладу «Le Relais Bernard Loiseau». На основі кількісного та якісного аналізу 665 онлайн-оглядів на веб-сайті TripAdvisor з 2004 до червня 2017 року, їхні висновки виявили нульовий вплив на рейтинг (кількісний компонент оцінки) та нелінійний вплив на їхні онлайн-коментарі (якісний компонент). Таким чином, отримані результати підкреслюють важливу роль негативних емоцій у процесі їх судження, як і появу трьох позицій стосовно мішленівського гіда: несхвалення (disapproval), схвалення (approval) та неупередженість (impartial). Ці висновки сприяють зміцненню моста між неоінституційною теорією (neo-institutional theory) та полем споживчої поведінки (consumer-behavior field) [4].

Зазначимо, що сам Bernard Loiseau був одним із найвідоміших французьких шеф-кухарів другої половини ХХ століття, кавалером ордена Почесного легіону. Він працював у ресторані «Le Relais Bernard Loiseau» в Saulieu у Франції. Любов до французької кухні успадкував від своєї матері, навчався всіх тонкощів ремесла у братів Troisgros, на початку 70-х років його запросили у ресторан «La Barrière de Clichy», а в 1975 році довірили управління рестораном «La Côte d'Or» в Saulieu, де шеф Alexandre Dumaine (1895–1974) примножував славу французької кухні протягом багатьох років. У 1982 році Bernard придбав цей ресторан, цілеспрямовано продовжуючи традиції свого відомого попередника, котрим він захоплювався, і перетворюючи це місце на культове. У 1989 році одружився із Dominique Brunet (1953), з котрою вони мали трое дітей – Bérangère (1989), Bastien (1991) та Blanche (1996).

Bernard Loiseau був амбасадором французької кухні у світі, написав багато кулінарних книг, активно працював над розвитком своєї бізнес-імперії – був власником кількох ресторанів, у 1998 році заснував товариство Bernard Loiseau SA, який вивів на Паризьку фондову біржу. У 2003 році рейтинг його закладу був знижений з 19/20 до 17/20 у путівнику «Gault & Millau», його критикував у газеті «Le Figaro» кулінарний критик François Simon (1953), говорячи про можливе пониження з трьох до двох зірок Michelin його закладу. На фоні цих труднощів Bernard Loiseau 24 лютого 2003 року покінчив життя самогубством, застрелившись з рушниці. Про життя та кар'єру Bernard Loiseau було видано кілька книг. У 1995 році William Echikson написав «Burgundy Stars: A Year in the Life of a Great French Restaurant» (її переклав французькою мовою Alain Tronchot – «Bernard Loiseau. La quête des étoiles» / «Bernard Loiseau. Пошуки зірок»), дружина шефа Dominique Loiseau опублікувала «Bernard Loiseau.

Mon mari» («Bernard Loiseau. Мій чоловік») у 2003 році, з-під пера Rudolph Chelminski вийшла праця «The Perfectionist: Life and Death in Haute Cuisine» / «Перфекціоніст: життя і смерть у високій кухні» (2005). Dominique Loiseau у 2009 році видала книгу «Tout Loiseau» («Весь Loiseau»), представивши широкому загалу детальні рецепти страв свого чоловіка з усіма необхідними поясненнями, його настанови і поради [10].

Додамо, що випадки самогубств за останні кілька років серед відомих шеф-кухарів не були поодинокими. Шеф Benoît Violier покінчив з життям 31 січня 2016 року, шеф Taku Sekine – 28 вересня 2020 року у віці 39 років, шеф Marcel Keff 23 лютого 2021 року у віці 63 років.

Висновки

За понад 120 років червоний путівник «Мішлен» перетворився з інноваційного технічного гіда початку ХХ століття, який дав значний поштовх автомобільним подорожам, активно сприяючи також розвитку туризму у Франції, у найкращий гастрономічний путівник ХХІ століття. Запропонована у ньому класифікація покликана допомогти зробити клієнтам такий вибір, від якого вони отримають максимум задоволення. Путівники видаються для багатьох країн світу, є символом розкішної кухні, і сьогодні вбачаємо пріоритет роботи українських рестораторів у тому, щоб й вітчизняні заклади були відзначені у ньому.

Провідні шефи не задовольняються одним чи двома своїми ресторанами, відзначеними зірками Мішлен. Вони прагнуть власну справу перетворити у справжні бізнес-імперії, де традиції кулінарного мистецтва будуть передаватися з покоління у покоління. Свідченням цього є, наприклад, династії Pic та Loiseau. Шефи активно пишуть кулінарні бестселери, беруть участь у зйомках реаліті-шоу, фільмів та серіалів, засновують авторські школи, працюють також у форматі їжі на винос та фудтраків.

Незважаючи на те, що присвоєння зірок Мішлен автоматично асоціюється з кухнею найвищої якості та бездоганим обслуговуванням, існує також зворотний бік медалі високої гастрономії – постійні стреси, споживання кухарями алкоголю та наркотиків, булінг, значне фінансове навантаження, тиск рейтингів, критика підходів мішленівської системи оцінювання, страх втратити бізнес та самогубства, що також є предметом для дослідження та аналізу науковцями.

Перспективи подальших розвідок стосуватимуться вивчення історії інших путівників (зокрема, Gault & Millau та Pudlo), розвитку гастрономічного та енотуризму у Франції, професійної діяльності найвідоміших французьких шефів та особливостей підготовки фахівців для готельної та ресторанної справи у цій країні.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Alain Ducasse, le chef le plus étoilé au monde. URL: <https://www.ohlalafrenchfanfan.com/alain-ducasse-le-chef-le-plus-etoile-au-monde/>
2. Alexandre Ph., L'Aulnoit de B. Des fourchettes dans les étoiles. Brève histoire de la gastronomie française. Paris: Fayard, 2010. 352 p.
3. Anne-Sophie Pic se lance dans les burgers avec son food-track. URL: <https://www.francebleu.fr/infos/insolite/anne-sophie-pic-se-lance-dans-les-burgers-avec-son-food-truck-1621073599>
4. Clauzel A., Delacour H., Liarte S. When cuisine becomes less haute: The impact of expert ratings on consumers' legitimacy judgments. *Journal of Business Research*. Vol. 105. 2019. P. 395–404. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.038>.
5. Cooper J., Giousmpasoglou C., Marinakou E. Occupational identity and culture: the case of michelin-starred chefs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 29, Is. 5. 2017. P. 1362–1379. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2016-0071>.
6. Darmon O. Le Grand Siècle de Bibendum. Paris: Éditions Hoëbeke, 1997. 146 p.
7. Donnet P.-A. La saga Michelin. Paris: Seuil, 2008. 288 p.
8. Giousmpasoglou C., Brown L., Cooper J. Alcohol and other drug use in Michelin-starred kitchen brigades. *International Journal of Hospitality Management*, 70. 2018. P. 59–65. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.003>.
9. Gonzalez P.-G. Bibendum à l'affiche. Cent ans d'images Michelin. Paris: Éditeur Michelin, 1998. 160 p.
10. Groupe Bernard Loiseau. URL: <https://www.bernard-loiseau.com>
11. Harp S. L. Marketing Michelin: Advertising and Cultural Identity in Twentieth-Century France. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2001. 356 p.
12. Joël Robuchon, cuisinier légendaire aux 32 étoiles. URL: <https://cuisine.journaldesfemmes.fr/chefs-et-gastronomie/2425530-joel-robuchon-biographie-restaurants-cuisine-recettes/>
13. Johnson C., Surlemont B., Nicod P., Revaz F. Behind the stars: A concise typology of Michelin restaurants in Europe. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*. Vol. 46, Is. 2. 2005. P. 170–187. <https://doi.org/10.1177/0010880405275115>.
14. Karpik L. Le Guide rouge Michelin. *Les professionnels du marché*. Vol. 42, № 3, juillet-septembre 2000. P. 369–389. <https://doi.org/10.4000/sdt.36855>.
15. Kiatkawsin K., Sutherland I. Examining Luxury Restaurant Dining Experience towards Sustainable Reputation of the Michelin Restaurant Guide. *Sustainability*, 2020. 12. 2134. 16 p. <https://doi.org/10.3390/su12052134>.
16. La maison Pic – Anne-Sophie Pic. URL: <https://anne-sophie-pic.com>
17. Lane C. Culinary culture and globalization. An analysis of British and German Michelin-starred restaurants. *The British Journal of Sociology*. Vol. 62, Is. 4. 2011. P. 696–717. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2011.01387.x>.
18. Lane C. The Michelin-Starred Restaurant Sector as a Cultural Industry. A Cross-National Comparison of Restaurants in the UK and Germany. *Food, Culture & Society. An International Journal of Multidisciplinary Research*. Vol. 13, Is. 4. 2010. P. 493–519. <https://doi.org/10.2752/175174410X12777254289303>.
19. Le triomphe de Bibendum. URL: <https://www.leparisien.fr/economie/le-triomphe-de-bibendum-clermont-ferrand-de-notre-correspondant-30-10-2000-2001728549.php>
20. Lottman H. R. Michelin, 100 ans d'aventures. Paris: Flammarion, 1998. 552 p.
21. Lottman H. R. The Michelin men: driving an Empire. London: I. B. Tauris, 2003. 320 p.
22. Matta R., Panchapakesan P. Deflated Michelin: An Exploration of the Changes in Values in the Culinary Profession and Industry. *Gastronomica*, 21 (3), 2021. P. 45–55. <https://doi.org/10.1525/gfc.2021.21.3.45>.
23. Mesplède J.-F. Trois étoiles au Michelin: Une histoire de la haute gastronomie française et européenne. Paris: Gründ, 2004. 272 p.
24. Morteau O. Food Business: la face cachée de la gastronomie française. Paris: First Editions, 2004. 320 p.
25. Olson K. Maps for a New Kind of Tourist: The First Guides Michelin France (1900–1913). *Imago Mundi*, Vol. 62, № 2. 2010. P. 205–220. <https://doi.org/10.1080/03085691003747142>.
26. On vous dit tout sur l'Étoile Verte Michelin. URL: <https://guide.michelin.com/fr/fr/article/sustainable-gastronomy/on-vous-dit-tout-sur-l-etoile-verte-michelin>
27. Pic & Go. Délices à emporter. URL: <https://picandgo.fr>
28. Poullennec G. Le guide Michelin: une référence mondiale de la gastronomie locale. *Le journal de l'école de Paris du management*. № 89. 2011. P. 37–42. <https://doi.org/10.3917/jepam.089.0037>.
29. Poullennec G. Les raisons de la réussite du Guide Michelin au Japon. *Monde chinois*. № 47. 2016/3. P. 52–59. <https://doi.org/10.3917/mochi.047.0052>.
30. Rémy P. L'inspecteur se met à table. Sainte-Marguerite-sur-Mer: Éditions des Équateurs, 2004. 150 p.
31. Simon C. Mangées. Une histoire des mères lyonnaises. Paris: Éditeur Sabine Wespieser, 2018. 260 p.
32. Vinh H. N., May I. A reflection on the story, current positioning, offerings and the darker side of the luxury gastronomy book, the Michelin Guide. *Research in Hospitality Management*, 11 (1). 2021. P. 59–65. <https://doi.org/10.1080/22243534.2020.1867386>.

Стаття надійшла до редакції 9 листопада 2022 р.

Стаття рекомендована до друку 12 грудня 2022 р.

Olha Romanchuk, Doctor of Science in Pedagogy, Professor, Head of the Department of Ukrainian and Foreign Languages, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: olgabrvska@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8215-9741>, Scopus Author ID: 57188569190

Rostyslav Koval, PhD in Philology, Associate Professor, Ukrainian and Foreign Languages Department, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: kovalrostyslav@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9284-7505>

Mariia Paska, Doctor of Veterinary Sciences, Professor, Head of the Hotel and Restaurant Business Department, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: maria_pas@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9208-1092>, Scopus Author ID: 57190424788

Andrii Holod, Doctor of Economics, Professor, Head of Tourism Department, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: aholod2012@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9022-3475>

Oksana Nykyha, Doctor of Philosophy (Tourism), Lecturer of Tourism Department, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: nykyha1993@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3492-7475>

THE HISTORY OF THE MICHELIN RED GUIDE

The article is based on a thorough analysis of the most relevant works of the world's leading scientists engaged in research in the field of gastronomic tourism. It reveals the main aspects of the development of the famous French restaurant guide «Michelin», which is very important today in the world of haute cuisine, culinary tourism and the art of living. The subject of the article is the study of the main trends in the evolution of the red guide, which during the 20th century passed through three stages – at first it was a technical guide that offered information about goods and services for drivers, later it turned into a tourist guide, and, finally, it was transformed into a gastronomic guide. The purpose of the paper is to analyze the role and the significance of this guide for gastronomic tourism. The history of the French company for the production of car tires «Michelin», the activities of the founders brothers André Michelin and Édouard Michelin, the creation of its symbol Bibendum, the development of the guide itself, and the search for ways to form the optimal principles of cuisine quality classification are described. Attention is also paid to the professional activities of the most famous female chefs, who have been awarded Michelin stars. To achieve the goal, such research methods as historical, descriptive, comparative ones, systematization and generalization were used. Today, the Michelin red guide is published for many world countries and for the largest metropolises, the company started publishing the guide-magazine «Food & Travel», launched the «Michelin Green Star» award to recognize restaurants that particularly adhere to sustainable gastronomy, and also launched production of kitchen utensils. It has been established that the best chefs in the world strive to turn their business into business empires, not content with just receiving Michelin awards. They actively write culinary bestsellers, participate in the filming of reality shows, films and TV programs, found schools, and also work in the format of takeaway food and food trucks. At the same time, it was revealed that gastronomy business caused constant stress, consumption of alcohol and drugs by chefs, bullying, significant financial burden, ratings pressure, criticism of Michelin rating system approaches, fear of losing business and suicide. The obtained results make it possible to supplement and expand specialized training courses in higher education institutions of Ukraine, where personnel for tourism and hospitality industry are trained. So, in the course of its historical development, the red guide «Michelin» has become the most famous culinary guide in the world, aimed at ensuring that customers get maximum pleasure from visiting restaurants.

Keywords: *Michelin guide, rating, restaurant, gastronomic tourism, history, star, classification, chef.*

REFERENCES

1. Alain Ducasse, le chef le plus étoilé au monde. URL: <https://www.ohlalafrenchfanfan.com/alain-ducasse-le-chef-le-plus-etoile-au-monde/>
2. Alexandre, Ph., L'Aulnoit de, B. (2010). Des fourchettes dans les étoiles. Brève histoire de la gastronomie française. Paris: Fayard. 352 p.
3. Anne-Sophie Pic se lance dans les burgers avec son food-track. URL: <https://www.francebleu.fr/infos/insolite/anne-sophie-pic-se-lance-dans-les-burgers-avec-son-food-truck-1621073599>
4. Clauzel, A., Delacour, H., Liarte, S. (2019). When cuisine becomes less haute: The impact of expert ratings on consumers' legitimacy judgments. *Journal of Business Research*. Vol. 105. P. 395–404. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.038>.
5. Cooper, J., Giousmpasoglou, C., Marinakou, E. (2017). Occupational identity and culture: the case of michelin-starred chefs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 29, Is. 5. P. 1362–1379. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2016-0071>.
6. Darmon, O. (1997). Le Grand Siècle de Bibendum. Paris: Éditions Hoëbeke. 146 p.

7. Donnet, P.-A. (2008). *La saga Michelin*. Paris: Seuil. 288 p.
8. Giousmpasoglou, C., Brown, L., Cooper, J. (2018). Alcohol and other drug use in Michelin-starred kitchen brigades. *International Journal of Hospitality Management*, 70. P. 59–65. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.003>.
9. Gonzalez, P.-G. (1998). *Bibendum à l'affiche. Cent ans d'images Michelin*. Paris: Éditeur Michelin. 160 p.
10. Groupe Bernard Loiseau. URL: <https://www.bernard-loiseau.com>
11. Harp, S. L. (2001). *Marketing Michelin: Advertising and Cultural Identity in Twentieth-Century France*. Baltimore: Johns Hopkins University Press. 356 p.
12. Joël Robuchon, cuisinier légendaire aux 32 étoiles. URL: <https://cuisine.journaldesfemmes.fr/chefs-et-gastronomie/2425530-joel-robuchon-biographie-restaurants-cuisine-recettes/>
13. Johnson, C., Surlemont, B., Nicod, P., Revaz, F. (2005). Behind the stars: A concise typology of Michelin restaurants in Europe. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*. Vol. 46, Is. 2. P. 170–187. <https://doi.org/10.1177/0010880405275115>.
14. Karpik, L. (2008). *Le Guide rouge Michelin. Les professionnels du marché*. Vol. 42, № 3. P. 369–389. <https://doi.org/10.4000/sdt.36855>.
15. Kiatkawsin, K., Sutherland, I. (2020). Examining Luxury Restaurant Dining Experience towards Sustainable Reputation of the Michelin Restaurant Guide. *Sustainability*. 12. 2134. 16 p. <https://doi.org/10.3390/su12052134>.
16. La maison Pic – Anne-Sophie Pic. URL: <https://anne-sophie-pic.com>
17. Lane, C. (2011). Culinary culture and globalization. An analysis of British and German Michelin-starred restaurants. *The British Journal of Sociology*. Vol. 62, Is. 4. P. 696–717. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2011.01387.x>.
18. Lane, C. (2010). The Michelin-Starred Restaurant Sector as a Cultural Industry. A Cross-National Comparison of Restaurants in the UK and Germany. *Food, Culture & Society. An International Journal of Multidisciplinary Research*. Vol. 13, Is. 4. P. 493–519. <https://doi.org/10.2752/175174410X12777254289303>.
19. Le triomphe de Bibendum. URL: <https://www.leparisien.fr/economie/le-triomphe-de-bibendum-clermont-ferrand-de-notre-correspondant-30-10-2000-2001728549.php>
20. Lottman, H. R. (1998). *Michelin, 100 ans d'aventures*. Paris: Flammarion. 552 p.
21. Lottman, H. R. (2003). *The Michelin men: driving an Empire*. London: I. B. Tauris. 320 p.
22. Matta, R., Panchapakesan, P. (2021). Deflated Michelin: An Exploration of the Changes in Values in the Culinary Profession and Industry. *Gastronomica*, 21 (3). P. 45–55. <https://doi.org/10.1525/gfc.2021.21.3.45>.
23. Mesplède, J.-F. (2004). *Trois étoiles au Michelin: Une histoire de la haute gastronomie française et européenne*. Paris: Gründ. 272 p.
24. Morteau, O. (2004). *Food Business: la face cachée de la gastronomie française*. Paris: First Editions. 320 p.
25. Olson, K. (2010). Maps for a New Kind of Tourist: The First Guides Michelin France (1900–1913). *Imago Mundi*, Vol. 62, № 2. P. 205–220. <https://doi.org/10.1080/03085691003747142>.
26. On vous dit tout sur l'Étoile Verte Michelin. URL: <https://guide.michelin.com/fr/fr/article/sustainable-gastronomy/on-vous-dit-tout-sur-l-etoile-verte-michelin>
27. Pic & Go. Délices à emporter. URL: <https://picandgo.fr>
28. Poullennec, G. (2011). Le guide Michelin: une référence mondiale de la gastronomie locale. *Le journal de l'école de Paris du management*. № 89. P. 37–42. <https://doi.org/10.3917/jepam.089.0037>.
29. Poullennec, G. (2016). Les raisons de la réussite du Guide Michelin au Japon. *Monde chinois*. № 47. P. 52–59. <https://doi.org/10.3917/mochi.047.0052>.
30. Rémy, P. (2004). *L'inspecteur se met à table*. Sainte-Marguerite-sur-Mer: Éditions des Équateurs. 150 p.
31. Simon, C. (2018). *Mangées. Une histoire des mères lyonnaises*. Paris: Éditeur Sabine Wespieser. 260 p.
32. Vinh, H. N., May, I. (2021). A reflection on the story, current positioning, offerings and the darker side of the luxury gastronomy book, the Michelin Guide. *Research in Hospitality Management*, 11 (1). P. 59–65. <https://doi.org/10.1080/22243534.2020.1867386>.

The article was received by the editors 9.11.2022

The article is recommended for printing 12.12.2022

ДЛЯ НОТАТОК

Наукове видання

ВІСНИК

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

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

Випуск 16, 2022

Збірник наукових праць

Українською та англійською мовами

Підписано до друку 27.12.2022. Формат 60x84/8. Папір офсетний. Друк цифровий.
Обл.-вид. арк. 11,03. Ум. друк. арк. 8,82. Наклад 100 пр.

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 ХНУ імені В. Н. Каразіна
Тел. 705-24-32