

ISSN 2079-4819

Міністерство освіти і науки України
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ВІСНИК

Донецького національного університету
економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Серія «Економічні науки»

Науковий журнал

2021

№ 1(74)

Виходить двічі на рік

Журнал засновано 1999 року

Засновник — Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

*Журнал внесено до міжнародних наукометричних баз
та інформаційно-аналітичних систем
Google Scholar, ResearchBib, Scientific Indexing Services,
Index Copernicus, CrossRef, Ulrichsweb Global Serials Directory,
Elektronische Zeitschriften bibliothek, Cite Factor,
Advanced Science Index*

Кривий Ріг
ДонНУЕТ
2021

УДК 33.01:001.891(05) «540*3»

Головний редактор — Чернега О. Б., д-р екон. наук, професор
**Заступник
головного редактора** — Горіна Г. О., д-р екон. наук
**Відповідальний
секретар** — Карабаза І. А., канд. екон. наук
**Відповідальний
редактор серії** — Акіндєєв Д. В.

Редакційна колегія серії: Бочарова Ю. Г., д-р екон. наук, доцент (*Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*); Гринкевич С. С., д-р екон. наук, професор (*Львівський національний аграрний університет*); Кожухова Т. В., д-р екон. наук, доцент (*Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*); Чичкало-Кондрацька І. Б., д-р екон. наук, професор (*Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка*); Бурдина М., канд. екон. наук, доцент (*Університет Центральної Оклахоми, США*); Єрмак С. О., д-р екон. наук, доцент (*Одеський національний політехнічний університет*); Сімахова А. О., канд. екон. наук, доцент (*Національний авіаційний університет*).

Електронна сторінка видання – <http://visnik.donnuet.edu.ua>

Міжнародний цифровий ідентифікатор журналу: <https://doi.org/10.33274/2079-4819>

*Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б»)
(Наказ Міністерства освіти і науки України від 28.12.2019 р. № 1643)*

Видання зареєстровано в Міністерстві юстиції України. Реєстраційний номер КВ № 13182-2066ПР від 25.07.2007 р.

Рекомендовано до друку вченою радою Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, протокол № 15 від 24.06.2021 р.

Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Серія «Економічні науки» : науковий журнал / гол. ред. О. Б. Чернега. 2021. № 1(74). 117 с. ISSN 2079-4819.

У журналі подано статті, у яких висвітлено результати теоретичних досліджень у таких напрямках економіки, як підприємництво, менеджмент, маркетинг, національна та міжнародна економіка, економіка торгівлі та послуг, фінанси та інвестиції, облік, аналіз та контроль.

Призначено для наукових працівників, викладачів, аспірантів і студентів.

Мова видання: українська, російська, англійська.

Усі права захищені. Передрук і переклади статей дозволено лише з відома авторів та редакції.

© Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2021

ISSN 2079-4819

**Ministry of Education and Science of Ukraine
Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade**

VISNYK

**of Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade**

Series «Economic science»

Scholarly Journal

2021

No. 1(74)

Issued twice a year

Published since 1999

**Founder – Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade**

***Journal is indexed in the international scientometrical bases
and analytics systems***

***Google Scholar, ResearchBib, Scientific Indexing Services,
Index Copernicus, CrossRef, Ulrichsweb Global Serials Directory,
Elektronische Zeitschriften bibliothek, Cite Factor,
Advanced Science Index***

**Kryvyi Rih
DonNUET
2021**

UDC 33.01:001.891(05) «540*3»

Editor in chief — Chernega O. B., Grand PhD in Economic sciences, Professor

Deputy editor in chief — Gorina G. O., Grand PhD in Economic sciences

Executive secretary — Karabaza I. A., PhD in Economic sciences

Executive editor — Akindieiev D. V.

Editorial board: Bocharova Yu. H., Grand PhD in Economic sciences, Associate Professor (*Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade*); Grinkevich S. S., Grand PhD in Economic sciences, Professor (*Lviv National Agrarian University*); Kozhukhova T. V., Grand PhD in Economic sciences, Associate Professor (*Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade*); Chichkalo-Kondraska I. B., Grand PhD in Economic sciences, Professor (*National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»*); Burdina Mariya, PhD, Associate Professor (*University of Central Oklahoma, USA*); Yermak S. O., Grand PhD in Economic sciences, Associate Professor (*Odessa National Polytechnic University*); Simakhova A. O., PhD in Economic sciences, Associate Professor (*National Aviation University*).

Electronic publication page – <http://visnik.donnuet.edu.ua>

International Digital Journal ID: <https://doi.org/10.33274/2079-4819>

This publication is entered in the List of Scientific Professional Editions of Ukraine (Category “B”) (Order No. 1643 of Ministry of Education and Science of Ukraine of 28.12.2019)

The journal is registered at Ministry of Justice of Ukraine. Registration number KB № 13182-2066IIP of July 25, 2007.

Recommended to the publishing by the resolution of Academic Board of Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade, Protocol No.15 of 24.06.2021.

Chernega, O. B. (ed.) (2021). *Visnyk of Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade. Series «Economic science», No. 1 (74), 117 p.*

The journal contains articles which present the results of theoretical researches of such sectors of economy as entrepreneurship, management, marketing, national and international economy, trade and service economy, finance and investments, accounting, analysis and control.

For researchers, academics, postgraduates and students.

Language of edition: Ukrainian, Russian, English.

Reprinting and translations are allowed only with consent of authors and editorial board.

Editorial body address: Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade, Tramvaina str., 16, Kryvyi Rih, 50005, editorial office: phone (0564) 409-77-97, e-mail: druk.visnyk@donnuet.edu.ua.

© Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade, 2021

ЗМІСТ

ПІДПРИЄМНИЦТВО, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ

<i>Карабаза І. А., Попова Ю. С., Ільєнков М. С.</i> ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА НА РИНКОВУ ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ	9
<i>Лижник Ю. Б.</i> ПРОГНОЗНИЙ АСПЕКТ СТАТИСТИЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РИЗИКУ	17

НАЦІОНАЛЬНА ТА МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

<i>Чернега О. Б.</i> ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ 2020: СТРАТЕГІЯ, УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ, КОНФЛІКТИ ТА КОНСЕНСУС	25
<i>Коптєва Т. С.</i> ТЕРИТОРІАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	37
<i>Ніколайчук О. А., Лебеденко Т. Є., Герасименко К. О., Бондаренко К. В.</i> ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ	43
<i>Яковенко Ю. В.</i> МІГРАЦІЙНІ ПОТОКИ У СВІТІ: ОБСЯГИ, НАПРЯМИ, ПРИЧИНИ ЗРОСТАННЯ	55
<i>Бочарова Ю. Г., Горіна Г. О., Кожухова Т. В.</i> ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ПОСЛУГАМИ УКРАЇНИ ТА ЄС	65
<i>Горіна Г. О., Бочарова Ю. Г., Крижимінська Є. Г.</i> АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ, ПОВ'ЯЗАНИМИ З ТУРИЗМОМ ТА ПОДОРОЖАМИ В КРАЇНАХ ЄС	72
<i>Снігур К. В.</i> ЗЕЛЕНІ ЗОНИ МІСТ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ, МОЖЛИВОСТІ ТА ПРИОРІТЕТИ РОЗВИТКУ	82

ФІНАНСИ ТА ІНВЕСТИЦІЇ

<i>Коверза В. С., Неізвестна О. В., Іванова Н. С., Шендригоренко М. Т., Павлушенко О. В.</i> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ М. КРИВИЙ РІГ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ	91
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

<i>Лохман Н. В., Кореніцина Т. В., Грищук О. А.</i> ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ, ЯК СУБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	100
<i>Неізнана О. В., Коверза В. С., Іванова Н. С., Шендригоренко М. Т.</i> ІННОВАЦІЙНІ БАНКІВСЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНВЕСТИВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ЕМЕРДЖЕНТНОЇ ЕКОНОМІКИ	108

CONTENT

ENTREPRENEURSHIP, MANAGEMENT, MARKETING

Karabaza I. A., Popova Y. S., Ilienkov M. S.

IMPACT OF THE MARKETING ENVIRONMENT
EXTERNAL FACTORS ON SERVICE CONSUMERS' MARKET BEHAVIOUR 9

Lyzhnyk Y. B.

FORECASTING ASPECT OF STATISTICAL ASSESSMENT OF ECONOMIC RISK 17

NATIONAL AND INTERNATIONAL ECONOMY

Chernega O. B.

EUROPEAN UNION DURING
THE 2020 PANDEMIC: STRATEGY,
MANAGEMENT DECISIONS, CONFLICTS AND CONCENSUS 25

Koptieva T. S.

TERRITORIAL FEATURES OF INBOUND TOURISM IN UKRAINE 37

Nikolaichuk O. A., Lebedenko T. E., Herasymenko K. O., Bondarenko K. V.

JUSTIFICATION OF STRATEGIC DIRECTIONS
OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE HOTEL
AND RESTAURANT INDUSTRY OF UKRAINE 43

Yakovenko Yu. V.

MIGRATION FLOWS IN THE WORLD: VOLUMES,
DIRECTIONS, GROWTH REASONS 55

Bocharova Yu. H., Gorina G. O., Kozhuhova T. V.

FOREIGN TRADE IN SERVICES IN UKRAINE AND EU 65

Gorina G. O., Bocharova Yu. H., Kryzhyminska Y. H.

ANALYSIS OF FOREIGN TRADE
IN SERVICES RELATED TO TOURISM
AND TRAVEL IN THE EU 72

Snihur K. V.

GREEN ZONES OF UKRAINIAN CITIES:
PROBLEMS, OPPORTUNITIES AND PRIORITIES OF DEVELOPMENT 82

FINANCE AND INVESTMENT

Koverza V.S., Nieizviestna O.V., Ivanova N.S.,

Shendryhorenko M. T., Pavlushenko O.V.

EVALUATION OF EFFICIENCY OF FINANCIAL RESOURCES
OF THE TERRITORIAL COMMUNITY
IN THE KRYVY RIH CITY MANAGEMENT UNDER CONDITIONS
OF DECENTRALIZATION 91

<i>Lokhman N. V., Korenitsyna T. V., Hryshchuk O. A.</i> INNOVATION AND INVESTMENT STRATEGIES FOR THE DEVELOPMENT OF TOURIST ENTERPRISES AS HOSPITALITY INDUSTRY SUBJECTS	100
<i>Niezviestna O. V., Koverza V. S., Ivanova N. S., Shendryhorenko M. T.</i> INNOVATIVE BANKING INVESTMENT TECHNOLOGIES AS A TOOL OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT IN THE EMERGENT ECONOMY	108

ПІДПРИЄМНИЦТВО, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-9-16

JEL : M31

УДК 339.138

Карабаза І. А.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: karabaza@donnuet.edu.ua

Попова Ю. С.,
студентка 3 курсу
Ільєнков М. С.,
студент 3 курсу

e-mail: popova@donnuet.edu.ua

e-mail: ilienkov@donnuet.edu.ua

ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА НА РИНКОВУ ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ

UDC 339.138

Karabaza I. A.,
PhD in Economic Sciences,
Associate Professor

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: karabaza@donnuet.edu.ua

Popova Y. S.,
3-year student
Ilienkov M. S.,
3-year student

e-mail: popova@donnuet.

e-mail: ilienkov@donnuet.edu.ua

IMPACT OF THE MARKETING ENVIRONMENT EXTERNAL FACTORS ON SERVICE CONSUMERS' MARKET BEHAVIOUR

***Мета.** Мета статті— проаналізувати вплив зовнішніх факторів на ринкову поведінку споживачів послуг.*

***Методи.** Використано методи аналізу та синтезу (при дослідженні підходів науковців до вивчення зовнішніх факторів впливу на поведінку споживачів послуг), метод експертних оцінок (для визначення впливу зовнішніх факторів на поведінку споживачів послуг автомобілки).*

***Результати.** Поведінку споживачів на ринку визначає сукупність факторів макро- та мікросередовища, а також внутрішні потреби, мотиви, цінності. Факторами макросередовища, що прямо або опосередковано впливають на поведінку споживачів, можуть бути зміни у економічному та політичному житті країни, соціальні, демографічні, культурні особливості споживачів конкретної країни. У статті визначено основні фактори політико-правового характеру, що впливають на поведінку споживача послуг автомобілки, зокрема: наявність та дія Законів України «Про захист прав споживачів», «Про охорону навколишнього природного середовища», Правил охорони праці на автомобільному транспорті, Водного кодексу України, дотримання державних стандартів якості, а також політична нестабільність у країні. Визначено, що економічними факторами, які можуть позитивно вплинути на поведінку споживачів послуг автомобілки, є: збільшення кількості автомобілок та розвиток ринку автопослуг, незмінність рівня цін на послуги з мийки авто з початку 2020 року, зростання рівня середньомісячної заробітної плати та зменшення річного рів-*

© І. А. Карабаза, Ю. С. Попова, М. С. Ільєнков, 2021

ня інфляції у країні. Встановлено, що фактори, які можуть негативно вплинути на поведінку споживачів послуг автомийок в Україні, це: політична нестабільність, неефективна структура витрат домогосподарств, пандемія COVID 19 та введення карантину, сезонність тощо.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості розробки пропозицій щодо подальшої PR-стратегії підприємства з надання послуг.

Ключові слова: маркетинг, ринок послуг, поведінка споживачів, просування, зовнішні фактори.

Постановка проблеми. Поведінку споживачів на ринку визначає сукупність факторів макро- та мікросередовища, а також внутрішні потреби, мотиви, цінності. Факторами макросередовища, що прямо або опосередковано впливають на поведінку споживачів можуть бути зміни у економічному та політичному житті країни, соціальні, демографічні, культурні особливості споживачів конкретної країни. Нехтування дослідженням факторів макросередовища при розробці заходів просування та рекламної складової маркетингової діяльності підприємства може призвести до втрати частини споживачів, прибутку, продаж тощо. Особливо під час розробки реклами своєї продукції (послуг) потребують аналізу факторів макросередовища підприємства малого та середнього бізнесу, які часто не враховують особливості впливу на ринкову поведінку споживача політики, економіки та культури тощо. При цьому аналіз факторів макросередовища дає змогу визначити можливості майбутнього позиціонування підприємств на ринку, виокремитись з-поміж конкурентів тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. О. В. Євтушевська дослідила «основні чинники впливу на споживчу поведінку в сучасних умовах: релігійні, культурні, соціальні, політичні, економічні, природно-кліматичні, ситуативні та інші. Автор вказує, що важливу роль у діяльності покупців також відіграють внутрішні чинники, а саме: виховання, рівень освіти, вік, світогляд, характер, настрої, очікування» [1].

М. Е. Гасимовою ідентифіковано релевантні фактори впливу на поведінку споживачів та споживчий вибір. Автором з'ясовано особливості поведінки кінцевих споживачів, визначено умови суверенітету споживача, а також доведено, що споживчий вибір детер-

мінований постійним посиленням глобальної конкуренції, фрагментації попиту і диференціації пропозиції [2].

Л. В. Капінус, Н. О. Лабінською досліджено підходи до формування потреб і мотивів у суспільстві та окремих суб'єктів ринку в цілому, сформовано зміст категорії «споживча поведінка» у середовищі маркетингів. Також авторами розглянуто різновиди платформ-маркетингів та їхні переваги з-поміж інших форматів продажу товарів на онлайн-ринку. Автори дослідили маркетингову поведінку покупців товарів у маркетинговій та вивчають процеси прийняття рішення про купівлю товарів у онлайн-мережі. Розглянуто ключові відмінності формування процесу прийняття рішень про купівлю товарів між класичними підходами та онлайн-рішеннями. Досліджено відмінності прийняття рішення щодо купівлі споживачами товарів харчового та технічного призначення [3].

Проте питання впливу зовнішніх факторів на ринкову поведінку споживачів послуг є недостатньо дослідженим у вітчизняній економічній літературі і потребує подальшого вивчення.

Мета статті — проаналізувати вплив зовнішніх факторів маркетингового середовища на ринкову поведінку споживачів послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів не контролюються з боку підприємства, але їх врахування може суттєво змінити лінію позиціонування продукції (послуг) підприємства на ринку і вплинути на рекламну та PR-стратегію підприємства. Основними факторами, що впливають на поведінку споживача послуг автомийки, є політико-правові, економічні, соціально-демократичні, культурні та природно-кліматичні.

Серед чинників політико-правового характеру, що впливають на поведінку споживача послуг автомийки, можна виокремити: наявність та дію Законів України «Про захист прав споживачів», «Про охорону навко-

лишнього природного середовища», Правил охорони праці на автомобільному транспорті, Водного кодексу України, дотримання державних стандартів якості, а також політичну нестабільність у країні (табл. 1).

Таблиця 1

Політико-правові фактори, що впливають на ринкову поведінку споживача послуг автомийки (складено авторами)

Чинник	Сутність чинника	Вплив на споживача та його ринкову поведінку
Наявність та дію Закону України «Про захист прав споживачів»	— регулює відносини між споживачами та виробниками і продавцями товарів; — встановлює права споживачів; — визначає механізм захисту.	Споживач почуває себе захищеним, його ринкова поведінка характеризується впевненістю.
Наявність Правил охорони праці на автомобільному транспорті	— регулюють діяльність суб'єктів господарювання, які організують або здійснюють роботи на автомобільному транспорті; — п. 9.6 «Правил охорони праці на автомобільному транспорті» вказує, що стічні води від миття автомобілів перед злиттям у каналізаційну мережу повинні очищатися в місцевих очисних установках.	Споживач почуває себе захищеним, адже відповідно до цієї норми, на суб'єктів господарювання покладається обов'язок обладнати автомийки спеціальними очисними спорудами, які б дозволяли нейтралізувати вміст забруднювальних речовин. Крім того, при скиді стічних вод у каналізаційну мережу має бути укладений договір про надання послуг каналізації.
Наявність Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища»	— регулює відносини у галузі охорони, використання і відтворення природних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки, запобігання і ліквідації негативного впливу господарської та іншої діяльності на навколишнє природне середовище, збереження природних ресурсів, генетичного фонду живої природи, ландшафтів та інших природних комплексів, унікальних територій та природних об'єктів, пов'язаних з історико-культурною спадщиною.	Споживач має уявлення про соціальну відповідальність сервісної компанії. Формується позитивний імідж підприємства. Адже з часом стічні води від автомийки скидаються у водні об'єкти, такі як озеро чи річка. Це дозволяється лише за умови наявності дозволу на спеціальне водокористування, в якому встановлюються нормативи гранично допустимого скидання речовин забруднення.
Дотримання державних стандартів якості	1) ДСТУ 3013-95 «Система стандартів у галузі охорони довкілля й раціонального використання ресурсів. Гідросфера. Правила контролю за відведенням дощових і снігових стічних вод з територій міст і підприємств тощо»; 2) ГОСТ 17.1.4.01-80 «Охорона природи. Гідросфера. Загальні вимоги до методів визначення нафтопродуктів у природних водах і стічних водах»; 3) система управління якістю послуг (ISO 9001).	Довіра споживачів зростає, попит на послуги збільшується.
Наявність Водного кодексу України	Водний кодекс, в комплексі із заходами організаційного, правового, економічного і виховного впливу, сприяє формуванню водно-екологічного правопорядку і забезпеченню екологічної безпеки населення України, а також більш ефективному, науково обгрунтованому використанню вод та їх охороні від забруднення, засмічення й вичерпання.	У ст. 49 Водного кодексу України зазначено, що діяльність зі спеціального водокористування, що включає скид стічних вод із речовинами забруднення у водний об'єкт може здійснюватися лише на підставі дозволу на спеціальне водокористування. Споживач має довіру до послуг сервісного підприємства, адже для того щоб працювати воно мало довести дотримання усіх вимог щодо забезпечення безпеки своєї діяльності для екології довкілля.
Політична нестабільність	Постійна зміна влади, не доведення до кінця справ з розкриттям корупційних дій посадовців, постійна зміна законодавства, корупційні схеми на місцях, можливість купити будь-яку довідку для організації роботи сервісної компанії всупереч інтересам суспільства.	Споживач може мати сумніви щодо прозорості роботи автомийки і реального виконання усіх вимог, передбачених державними стандартами та законами щодо дотримання безпеки екології.

Аналізуючи фактори політико-правового характеру, можна зазначити, що усі перелічені фактори, окрім політичної нестабільності, мають опосередкований позитивний вплив на ринкову поведінку споживачів послуг автомийки. Політична нестабільність може вплинути негативно на поведінку споживачів на ринку, адже частіше за усе за умов політичної нестабільності створюються сприятливі умови для розвитку корупції, адже не можна бути впевненим у тому, що підприємства реально виконують усі вимоги, передбачені державними стандартами та законами щодо дотримання безпеки екології.

Основними економічними чинниками, що впливають на поведінку споживачів по-

слуг автомийки, є: річний рівень інфляції, рівень середньомісячної заробітної плати, рівень цін на послуги з мийки авто, структура сукупних витрат домогосподарств, стан ринку послуг з миття машин (табл. 2).

Аналіз економічних факторів свідчить, що такі фактори, як збільшення кількості автомийок та розвиток ринку автопослуг, незмінність рівня цін на послуги з мийки авто з початку 2020 року, зростання рівня середньомісячної заробітної плати та зменшення річного рівня інфляції у країні можуть позитивно вплинути на поведінку споживачів послуг автомийки. У той же час структура витрат домогосподарств в Україні є неефективною, адже на продукти харчування домогосподарства витрачають 44,5 %, на ко-

Таблиця 2

Економічні фактори, що впливають на ринкову поведінку споживача послуг автомийки (складено авторами)

Чинник	Сутність чинника	Вплив на споживача та його ринкову поведінку
Річний рівень інфляції зменшується	Якщо у 2015 році інфляція склала 43,3 %, і була більшою ніж у 2014 на 18,3 %, то у 2019 році вона склала за рік 4,1 %, при цьому зменшилась за рік на 5,9 %.	Споживач привчається не відмовлятися від послуг не першої необхідності, адже ситуація у країні з національною грошовою одиницею стабільна.
Збільшення рівня середньомісячної заробітної плати	Показник середньої заробітної плати (доходу) в Україні у 2021 р. — 10 340 грн., що на 759 грн більше, ніж у 2020 р.	Може збільшувати споживання послуг, у тому числі з мийки авто.
Рівень цін на послуги з мийки авто	Від 85 грн (ручна мийка) до 220 грн (безконтактна мийка). З початку 2020 року ціни не змінювались.	Споживач, який планує свій бюджет впевнений у незмінності цієї статті витрат.
Структура сукупних витрат домогосподарств	Сукупні витрати в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство в 2019 році склали 9,4 тис. грн, серед яких 95,9 % витрачається на споживчі сукупні виплати. Цей відсоток є незмінним на протязі останніх 5 років. З них на продукти харчування припадає 44,5 %.	Послуги з миття авто не є продуктом соціальної значущості. Тому витрачати кошти на цю послугу споживачі будуть тільки в тому випадку, якщо витрати на продукти харчування не будуть перевищувати звичний показник.
Стан ринку послуг з миття машин	Зважаючи на те, що у червні 2020 року в Україні було продано 7 138 нових легкових автомобілів, зростання продажу порівняно з червнем минулого року склало майже 5 %. І це виявилось кращим показником зростання продажів у Європі. Можна прогнозувати зростання ринку суміжних продуктів, зокрема ринку послуг з обслуговування авто та у тому числі послуг з автомийки. На початок 2020 року на ринку Маріуполя було 30 автомийок, що на 4 більше, ніж у 2019 році.	Збільшення кількості автомийок та розвиток ринку автопослуг веде до зростання конкуренції й покращення якості послуг, що надаються.

мунальні послуги — до 15 % усіх витрат, а зважаючи на те, що послуги з миття машин не відносяться до життєво необхідних, попит на них може знижуватись.

Серед соціально-демографічних факторів можна розглянути такі: чисельність та склад населення, чисельність та склад сімей, пандемія COVID 19 (табл. 3).

Слід зазначити, що якщо перші два фактори соціально-демографічного характеру не мають прямого впливу на споживачів, хоча характеризують їх наявність, то вплив пандемії COVID 19 та суворого карантину під час неї суттєво змінили поведінку споживачів, адже роботу мийок було припинено, утримання персоналу малими та серед-

Таблиця 3

Соціально-демографічні фактори, що впливають на ринкову поведінку споживача послуг автомийки (складено авторами)

Чинник	Сутність чинника	Вплив на споживача та його ринкову поведінку
Чисельність та склад населення	На 01.01.2015 р. чисельність населення України складала 41,9 млн осіб. Серед них 69,2 % міського населення та 30,8 % сільського. Вікова структура має такий вигляд: 0–14 років — 15,1 %; 15–64 років — 69,3 %; 65 років і старше — 15,6 %. Серед усього населення України 53,7 % жінок та 46,3 % чоловіків.	Споживачі послуг з мийки авто — переважно міське населення. Цей показник, як і більшість економічних, не має прямого впливу на споживачів, але характеризує їх наявність.
Чисельність та склад сімей	Середній розмір домогосподарства у 2020 році склав 2,58 осіб. Розподіл домогосподарств за кількістю осіб у їх складі: 1 особа — 22,8 %; 2 особи — 29,6 %; 3 особи — 25,3 %; 4 особи і більше — 22,3 %.	Як і показник чисельності та складу населення, чисельність та склад сімей не може прямо впливати на споживачів.
COVID 19	Карантин та ізоляція.	У період суворого карантину діяльність мийок було припинено, втрати прибутку, зростання витрат на обслуговування може призвести до зростання цін на послуги.

німи підприємствами під час карантину без допомоги держави — неможливе, тому підприємства тимчасово припиняли свою роботу, втрачаючи прибуток та споживачів. Це також може призвести до зростання витрат на обслуговування та до зростання цін на послуги, що негативно впливає на поведінку споживачів послуг.

Серед культурних факторів, що можуть визначати поведінку споживачів послуг автомийок у країні, можна назвати культуру споживання та ментальність. Обидва фактори впливають позитивно, стимулюють до купівлі послуг (табл. 4).

Природно-кліматичні фактори, що впливають на ринкову поведінку споживача послуг автомийки, залежить від сезонів, оскільки влітку попит на такі послуги традиційно зменшується порівняно з весняно-осіннім періодом (табл. 5).

Отже, найбільше можуть негативно вплинути на поведінку споживачів послуг автомийок в Україні такі фактори, як політична нестабільність, неефективна структура витрат домогосподарств, пандемія COVID 19 та введення карантину, сезонність тощо.

Висновки. Проведене дослідження впливу зовнішніх факторів на ринкову поведінку споживачів послуг автомийок дало змогу:

— встановити основні фактори політико-правового характеру, що впливають на поведінку споживача послуг автомийки, зокрема: наявність та дія Законів України «Про захист прав споживачів», «Про охорону навколишнього природного середовища», Правил охорони праці на автомобільному транспорті, Водного кодексу України, дотримання державних стандар-

Таблиця 4

**Культурні фактори, що впливають на ринкову поведінку споживача послуг автомийки
(складено авторами)**

Чинник	Сутність чинника	Вплив на споживача та його ринкову поведінку
Культура споживання	В Україні з 9,2 млн транспортних засобів 6,9 млн — легкові машини. Саме власники легко-виків і є цільова аудиторія автомийок. Найбільшим попитом користуються послуги безпосередньої мийки авто — від 75 до 90 % у структурі загального продажу. Набагато меншим попитом (до 9 %) користуються комплексні послуги, тобто хімічстка салону спільно з мийкою авто, або нанесення воску і мийка авто. У десятки разів менше випадків, коли водій цілеспрямовано звертається за прибиранням салону.	Культура споживання послуг автомийок розвивається у міру зростання кількості автомобілістів в Україні. За даними Pro Capital Investment, третина з них користуються послугами автомийки один раз на місяць. Два рази на місяць свої машини миють 23 % опитаних. Стільки ж автовласників миють машину раз у 2–3 місяці. При цьому є автолюбители, які вважають за краще мити машину щотижня — їх близько 12 %. Ще 8 % — миють машину раз на півроку.
Ментальність	Здатність українців піддаватися на будь-які загальні тенденції, поради близького оточення, мислення від тези «а що скажуть люди?» (наприклад, соромно мити машину у дворі самостійно, бо скажуть, що немає коштів на мийку).	Через таку ментальну особливість споживачі більше орієнтовані на користування послугами вузьких професіоналів.

Таблиця 5

**Природно-кліматичні фактори, що впливають на ринкову поведінку споживача послуг автомийки
(складено авторами)**

Чинник	Сутність чинника	Вплив на споживача та його ринкову поведінку
Сезонність	Для ринку послуг автомийки характерна яскраво виражена сезонність. На ринку в сезон продажі збільшуються на 20–25 %.	Під час літнього періоду споживачі менше звертаються до послуг автомийки.
Особливості кліматичних умов	Помірно-континентальний клімат. Середні температури по всій Україні взимку 0°...-7°С та +18° ...+23°С влітку.	

тив якості, а також політична нестабільність у країні;

— визначити, що економічними факторами, які можуть позитивно вплинути на поведінку споживачів послуг автомийки, є: збільшення кількості автомийок та розвиток ринку автопослуг, незмінність рівня цін на послуги з мийки авто з початку 2020 року, зростання рівня середньомісячної заробітної плати та зменшення річного рівня інфляції у країні;

— встановити, що фактори, які можуть негативно вплинути на поведінку споживачів послуг автомийок в Україні, це: політична нестабільність, неефективна структура витрат домогосподарств, пандемія COVID 19 та введення карантину, сезонність тощо.

У подальших дослідженнях доцільно проаналізувати фактори мікро- та проміж-

ного середовища підприємства послуг, провести SWOT-аналіз діяльності підприємства та спланувати PR-стратегію підприємства з надання послуг автомийки.

Список літератури

1. Євтушевська О. В. Особливості поведінки споживачів на ринку в сучасних умовах. URL : http://www.investplan.com.ua/pdf/20_2016/6.pdf.
2. Гасимова М. Е. Дослідження факторів, що впливають на споживчий вибір. *Траектория науки*. 2016. Т. 2, № 12. С. 640–644. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/trna_2016_2_12_17.
3. Капінус Л. В., Лабінська Н. О. Маркетингова поведінка покупців товарів у маркетинговій мережі. URL : http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_76_2020_ukr/25.pdf.

4. Берницька Д. І. Аналіз зовнішнього мікросередовища підприємств пивоварної промисловості. *Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал*. 2013. №2. С. 68–74.

5. Штефаніч Д., Дячун О. Аналіз впливу зміни макросередовища на маркетингову діяльність підприємства. *Вісник ТНЕУ*, 2013. № 2. С. 18–25.

6. Пчелянська Г. О. Поведінка споживачів на продовольчому ринку: інституційний та маркетинговий підходи. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 47.

7. Мінімальна зарплата. URL : <https://services.dtki.ua/catalogues/indexes/2>.

8. Середня зарплата в Україні у 2020 році. URL : <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/average/2020>.

9. Держбюджет-2020: прожитковий мінімум. URL : https://zib.com.ua/ua/140046-derzhbyudzheta_2020_prozhitkoviy_minimum.html/

10. Аналіз ринку мінеральної води в Україні. URL : <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-mineralnoj-vody-v-ukraine-prognoz-na-2015-2017-gg.html>.

11. Нерівність доходів по-українськи: «гірше», ніж у Гондурасі, «краще», ніж у Швеції. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2162366-nerivnist-dohodiv-poukrainski-girse-niz-u-gondurasi-krase-niz-u-svecii.html>.

12. Окландер М. А., Жарська І. О. Поведінка споживача : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2014. 208 с.

13. Блэкуэлл Р. Поведение потребителей. 10-е изд. Пер. с англ. / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. СПб. : Питер, 2007. 944 с.

Reference

1. Yevtushevska, O. V. (2016). *Osoblyvosti povedinky spozhyvachiv na rynku v suchasnykh umovakh* [Features of consumer behaviour in the market in modern conditions]. Available at : http://www.investplan.com.ua/pdf/20_2016/6.pdf [accessed May 8, 2021].

2. Hasymova, M. E. (2016). *Doslidzhennia faktoriv, shcho vplyvaiut na spozhyvchyi vybir* [Research of factors influencing consum-

er choice]. *Traektoriâ Nauki* [Trajectory of science], vol. 2, no. 12, pp. 640–644.

3. Kapinus, L. V., Labinska, N. O. (2020). *Marketynhova povedinka pokuptsiv tovariv u marketpleisi* [Buyers' marketing behaviour in the marketplace]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi* [Issues of system approach in economics], no. 2 (76), pp. 154–160. Available at : http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_76_2020_ukr/25.pdf [accessed May 8, 2021].

4. Bernytska, D. I. (2013). *Analiz zovnishnoho mikrosередovыshcha pidpryemstv yuvovarnoi promyslovosti* [Analysis of the brewing industry external microenvironment]. *Vseukrainskyi naukovo-vyrobnychiy zhurnal "Innovatsiina ekonomika"* [All-Ukrainian research and production journal Innovative Economy], no. 40, pp. 68–74.

5. Diachun, O., Shtefanych, D. (2013). *Analiz vplyvu zminy makrosередovыshcha na marketynhovu diialnist pidpryemstva* [Analysis of the macroenvironment changes impact on the marketing activities of enterprise]. *Visnyk TNEU* [Bulletin of TNEU], no. 2, pp. 18–25.

6. Pchelianska, H. O. (2020). *Povedinka spozhyvachiv na prodovolchomu rynku: instytutsiinyi ta marketynhovyi pidkhody* [Consumer behaviour in the food market: institutional and marketing approaches]. *Ekonomika APK* [Economy of AIC], no. 3, p. 47.

7. *Minimalna zarplata* [The minimum wage]. Available at : <https://services.dtki.ua/catalogues/indexes/2> [accessed May 6, 2021].

8. *Serednia zarplata v Ukraini u 2020 rotsi* [The average salary in Ukraine in 2020], Available at : <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/average/2020> [accessed May 11, 2021].

9. *Derzhbiudzheta-2020: prozhytkovyi minimum* [State budget — 2020: subsistence level]. Available at : https://zib.com.ua/ua/140046-derzhbyudzheta_2020_prozhitkoviy_minimum.html [accessed May 11, 2021].

10. *Analiz rynku mineralnoi vody v Ukraini* [Analysis of the Ukrainian mineral water market]. Available at : <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-mineralnoj-vody->

v-ukraine-prognoz-na-2015-2017-gg.html [accessed May 6, 2021].

11. *Nerivnist dokhodiv po-ukrainsky: "hirshe", nizh u Hondurasi, "krashche", nizh u Shvetsi* [Income inequality in Ukraine: «worse» than in Honduras, «better» than in Sweden]. Available at : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2162366-nerivnist-dohodiv->

poukrainski-girse-niz-u-gondurasi-krase-niz-u-svecii.html [Accessed May 5, 2021].

12. Oklander, M. A., Zharska, I. O. (2014). *Povedinka spozhyvacha* [Consumer behaviour]. Kyiv, Tsentri Uchbovoi Literatury, 208 p.

13. Blackwell, R., Engel, J. and Miniard, P. (2007). *Consumer Behaviour*, 10th ed., translated from English. St. Petersburg, Piter Publ., 944 p.

Objective. *The objective of the article is to analyze the impact of the marketing environment external factors on market behaviour of service consumers.*

Methods. *The following methods are used in the research: the method of analysis and synthesis (while studying the approaches of scientists to the study of external factors impact on the behaviour of service consumers), the method of expert assessment (while assessing the impact of external factors on the behavior of carwash service consumers).*

Results. *Consumer behavior in the market is determined by a set of macro and micro environmental factors, as well as internal needs, motives and values. Macro environmental factors that affect consumer behaviour directly or indirectly may be the following: changes in economic and political life of the country, social, demographic, cultural characteristics of consumers in a particular country. In the article, the next key factors of political and legal nature that affect the behaviour of carwash service consumer are identified: the existence and application of the Laws of Ukraine «On Consumer Protection» and «On Environmental Protection», Rules on labour protection on road transport, Water Code of Ukraine, compliance with national quality standards, as well as political instability in the country. It is determined that the following economic factors can positively affect the behaviour of car wash service consumers: increasing of the number of car washes and the development of the car service market, price stability on the car wash service market since early 2020, increasing of the average monthly wages and reducing of the annual rate of inflation in the country. It is determined that the following factors may negatively affect the behaviour of car wash service consumers in Ukraine: political instability, inefficient structure of household expenditure, the COVID–19 pandemic and the imposition of quarantine, seasonality, etc.*

The practical significance of the results obtained is in the possibility of making suggestions for developing further service provider's PR strategy.

Key words: *marketing, services market, consumer behavior, promotion, external factors.*

Надійшла до редакції 24.04.2021

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-17-24

JEL: D81

УДК 338.27

**Лижник Ю. Б.,
старший викладач**Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: lyzhnyk_ub@donnuet.edu.ua**ПРОГНОЗНИЙ АСПЕКТ СТАТИСТИЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ
ЕКОНОМІЧНОГО РИЗИКУ**

UDC 338.27

**Lyzhnyk Y. B.,
Senior Lecturer**Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: lyzhnyk_ub@donnuet.edu.ua**FORECASTING ASPECT OF STATISTICAL ASSESSMENT OF ECONOMIC RISK**

Мета. Мета статті — дослідити методологічні основи застосування прогностичних моделей та методів при виконанні статистичного оцінювання економічного ризику, зокрема оцінити можливості зниження систематичного ризику за рахунок прогностичного планування діяльності підприємства та із врахуванням семіваріаційного підходу до обчислення ризику.

Методи. Теоретичною базою дослідження є здобутки зарубіжних та вітчизняних науковців. Для досягнення поставленої мети було використано такі методи дослідження: аналізу, синтезу, абстрактно-логічні й порівняльні — для класифікації економічних ризиків та методів їх оцінювання; дисперсійно-семіваріаційного аналізу — для визначення рівня ризику показників обсягу реалізованої промислової продукції за видами економічної діяльності; регресійного аналізу — для побудови прогностичних моделей, отримання майбутніх значень показників обсягу реалізованої промислової продукції за видами економічної діяльності та для уточнення рівня ризику досліджуваних показників.

Результати. Було розглянуто напрямки класифікації ризиків та невизначеності, проаналізовано основні підходи до кількісного обчислення систематичного економічного ризику, враховуючи семіваріаційний аналіз, та визначено його переваги. Запропоновано застосування методів ковзкого середнього та регресійного прогностичного моделювання при визначенні рівня ризику, що дозволить більш точно враховувати майбутні значення ринкових показників, а отже, сприятиме зниженню рівню ризику при плануванні діяльності підприємства. На практиці встановлено переваги прогностичного та семіваріаційного підходів до обчислення рівня економічного ризику за показниками обсягу реалізованої промислової продукції за видами економічної діяльності.

Ключові слова: ризик, прогнозування, кількісні методи, прогностичні моделі, невизначеність, дисперсія, семіваріація, ковзке середнє.

Постановка проблеми. Мінливість сучасного ринкового середовища під дією зовнішніх та внутрішніх факторів вносить у діяльність суб'єктів господарювання елементи невизначеності, розширюючи в результаті спектр потенційно можливих ризикових ситуацій [1, с. 148].

Само поняття ризику нерозривно пов'язане з невизначеністю майбутньої ситуації; якби існувала можливість абсолютно точно передбачити всі складові майбутнього розвитку економічного стану, то ризик би не існував як економічна категорія. Отже, ризик виникає через непевність в очікуван-

© Ю. Б. Лижник, 2021

нях щодо майбутнього та має нерозривний зв'язок із точністю його передбачення.

Таким чином, підвищення прогнозованої обґрунтованості планування діяльності підприємства та застосування сучасних методів прогнозування дозволяє зменшити ризики за рахунок зниження рівня невизначеності.

Водночас у статистичних методах оцінки ризику недостатньо враховано та методично обґрунтовано використання прогнозних моделей методів для кількісної оцінки ризику.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти ризиків висвітлювали у наукових працях вітчизняні та зарубіжні вчені: І. Балабанов, О. Белей, І. Бланк, П. Верченко, В. Вітлінський, А. Гайдуцький, М. Гранатуров, В. Грушко, М. Кизим, Р. Пікус, М. Подольчак, О. Моргенштерн, Дж. Нейман, Д. Фрей, С. Філін, Л. Шаршуківа.

Дослідженню аспектів сутності і застосування методів прогнозування, оцінювання й управління ризиками присвячені роботи величезної кількості зарубіжних та українських вчених. Серед авторів сучасних українських досліджень та найзначущих світових: А. Альгін, О. Анісімова, Н. Апатова, М. Вдовин, В. Вітлінський, Н. Внукова, З. Гуцайлук, Л. Данилюк, О. Дериколенко, М. Діба, В. Дикань, І. Дмитрієв, Н. Єршова, В. Коваленко, Т. Ковальова, О. Кузьмін, А. Лактіонова, І. Литвинчук, А. Макнейл, А. Маршалл, Т. Мироненко, О. Моргенштейн, Ф. Найт, М. Пауер, І. Посохов, С. Рамазанов, Й. Расмуссен, Ю. Тюленєва, А. Шегда, Р. Штульц тощо. У роботах цих та інших науковців розкрито поняття невизначеності та ризику, а також проаналізовані методи ризик-менеджменту.

У роботі [2, с. 7] автор, спираючись, зокрема, на дослідження В. Капустіна, Є. Кузьміна, Г. Мізона, Ф. Найта, Д. Рача, Д. Хендрі, визнав непередбачуваність таким різновидом невизначеності, яка є необроблюваною, тобто такою, знизити рівень якої підприємство доступними йому засобами не може.

Для дослідження прогнозного аспекту статистичного оцінювання економічного ри-

зику, який виникає в умовах невизначеності, необхідно з'ясувати, які існують її різновиди. Д. Хендрі та Г. Мізон в роботі [3, с. 185] виокремлюють три різновиди непередбачуваності: дійсну, коли застосування накопиченого досвіду та всієї наявної інформації не впливає на оцінку ймовірності майбутніх подій; екземплярну, коли ймовірність події є скільки завгодно малою, але нею не можна знехтувати і неможливо точно оцінити час та масштаб прояву такої події; зовнішню, коли на розподіл ймовірності настання події діють дійсно непередбачені зсуви, тобто такі, для оцінки ймовірності впливу яких непридатний накопичений досвід та вся наявна інформація.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дає змогу дійти висновку, що поза увагою науковців залишаються практичні методи врахування результатів застосування прогнозних моделей для визначення майбутніх значень впливових показників та їх впливу на зниження невизначеності при кількісній оцінці економічного ризику.

Мета статті — дослідити методологічні основи застосування прогнозних моделей та методів при виконанні статистичного оцінювання економічного ризику, зокрема оцінити можливості зниження систематичного ризику за рахунок прогнозного планування діяльності підприємства та із врахуванням семіваріаційного підходу до обчислення ризику.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливу роль у господарській діяльності суб'єктів товарних ринків відіграють економічні ризики. Адже багато фундаментальних факторів, зокрема зміна структури виробництва, споживчих доходів, відсоткових ставок, посилення чи послаблення економіки, інфляційні процеси, геополітичні зміни, мають значний вплив на формування попиту і пропозиції, а також ринкове ціноутворення. Крім того, постійна нестабільність цих факторів збільшує цінову волатильність на товарних ринках, а також значно ускладнює процеси цінового прогнозування [4, с. 270].

Актуальність ефективного врахування можливих ризиків у підприємницькій діяль-

ності не викликає сумнівів, зважаючи на те, що ризик стає органічною частиною стратегії і тактики економічної політики більшості підприємств [5].

За таких умов особливої актуальності набуває поглиблення досліджень стосовно методів та моделей оцінки економічного ризику.

У загальному виді ризику, що виникають в діяльності підприємства, можна поділити на:

— передбачувані, або систематичні (це невизначеність стосовно майбутнього рівня цін, інфляції, валютних курсів, поведінки споживачів, постачальників та ін.) — тобто ризику, що неминуче виникають у діяльності підприємства;

— непередбачувані, або несистематичні, вони не носять такого постійного та неминучого характеру, можуть виникнути або ні. До них відносяться стихійні лиха, військові дії, епідемії та ін.

Особливістю другої групи ризиків є те, що вони не піддаються статистичному оцінюванню, оскільки їх виникнення носить випадковий характер і не може розглядатися як статистична змінна. І навпаки, коли мова йде про ризику першої групи, їх завжди можна виміряти кількісно за рахунок дослідження динаміки обраних показників. Отже, надалі у нашому дослідженні зосередимося саме на них.

Основним завданням методології оцінювання ризиків є їх систематизація і розроблення комплексного підходу щодо визначення його рівня, що впливає на фінансово-господарську діяльність підприємства [6].

Кількісний аналіз ризиків, на відміну від якісного, є менш суб'єктивним і дає можливість чітко визначити ступінь окремих видів ризиків і ризику певного виду діяльності в цілому. Він базується на теорії ймовірностей та математичній статистиці [7].

Під час кількісного аналізу ризик визначається як відхилення основних числових показників діяльності підприємства від заданого рівня. Кількісне визначення ступеня окремих ризиків дає змогу оцінити можливі

наслідки настання ризикових подій, а також розробити систему заходів щодо їх запобігання [8].

У світовій економічній літературі стандартне відхилення називається ризиком і є одним з найпоширеніших абсолютних показників вимірювання ризику [9]. Базовими статистичними методами кількісної оцінки ризику є дисперсійний та семіваріаційний аналіз. Перший дозволяє оцінити ризик відхилення показника від свого середньоочікуваного значення. Другий метод дозволяє виокремити саме негативні відхилення.

Семіваріація є важливим показником оцінки ризику. Розрізняють додатну та від'ємну семіваріацію [8]. Додатна семіваріація застосовується до показників мінімізації (витрати, ціни на виробничі ресурси та ін.), для яких негативним є саме додатне відхилення, а від'ємна — для показників максимізації, для яких негативним є від'ємне відхилення (прибуток, ефективність, обсяг збуту та ін.).

Семіваріація дозволяє уточнити фактичний рівень ризику, оскільки зворотне відхилення по суті не є негативним, його виникнення не може спричинити збитків (так, наприклад, це стосується зниження цін на сировину, зростання кількості покупців, зменшення темпів інфляції та ін., зміна цих складових у визначеному напрямку фактично чинить позитивний вплив на діяльність підприємства і не виступають складовою ризику).

При статистичному оцінюванні ризику зазвичай фактичні значення порівнюються з плановими (якщо були наявні планові дані за попередні періоди) або із середньоочікуваними, що не достатньо доцільно з точки зору сучасних підходів до визначення майбутніх значень планованого показника діяльності підприємства.

Наприклад, якщо розглядається очікуваний обсяг збуту, то планові показники на наступний період не визначаються як середнє значення за попередні періоди, для цього використовуються індексні методи або прогностичні моделі та методи. З чого випливає доцільність при оцінці ризику відхилення фактичного значення показника від запла-

нованого: використовувати не середнє значення показника, а відповідне прогнозне, що більше відповідає економічній сутності планування діяльності підприємства.

Таким чином, можна зробити висновок, що стандартне відхилення та коефіцієнт варіації, які є одними з найпоширеніших показників вимірювання ризику, фактично показують суттєво завищені оцінки ризику за рахунок:

— врахування позитивних відхилень, які фактично не несуть в собі ризику збитків;

— використання середнього значення часового показника при тому, що в практичній діяльності підприємства зазвичай використовуються прогнозні значення, а не середні.

Побудована матриця статистичних методів оцінки ризику (табл. 1) показує переваги та недоліки кожного з розглянутих підходів.

Таблиця 1

Матриця статистичних методів оцінки ризику (складено автором на основі [1; 2; 4; 5])

	За середнім значенням	За прогнозним значенням
За варіаційним відхиленням	Класичний метод, враховує всі відхилення, показує завищені рівні ризику	Дозволяє враховувати не середнє, а очікуване значення показника
За семіваріаційним відхиленням	Виключає з оцінки ризику позитивні відхилення, які не призводять до збитків	Дозволяє врахувати лише негативні відхилення від прогнозного значення

Системне застосування методів оцінки економічних ризиків на підприємстві дає можливість аналізувати ризику його діяльності комплексно, враховуючи якісні і кількісні критерії, і, таким чином, служить для якісного і ефективного процесу управління підприємством [10].

Для ілюстрації вищенаведених положень застосуємо різні підходи до оцінки статистичного ризику на прикладі аналізу обсягів реалізованої промислової продукції України за видами економічної діяльності у 2010–2019 роках (за даними [11]). Перелік досліджуваних показників наведено у табл. 2. Для кожного з них обчислимо дисперсійний та семіваріаційний ризик, використовуючи нижченаведені підходи:

— класичний (розуміння економічного ризику як відхилення поточного значення від середньоочікуваного);

— уточнений за методом ковзкого середнього (розглядаючи економічний ризик як відхилення поточного значення від обчисленого ковзкого середнього значення);

— прогнозний за методом простої авторегресії (розглядаючи економічний ризик як відхилення поточного значення від прогнозного для кожного періоду).

Результати обчислення ризику за показниками обсягів реалізованої промислової продукції України за видами економічної діяльності у 2010–2019 роках наведено у табл. 2.

Як бачимо, в цілому для обсягу реалізованої продукції промисловості України класичний підхід показує 37,4 % ризику, що є досить високим значенням. Проте, по суті це лише ризик відхилення фактичного обсягу збуту від середнього за 10 років, що не несе в собі достатньо значущої економічної інформації. Семіваріаційний ризик при цьому дорівнює 23,4 %, отже, в середньому фактичний обсяг збуту продукції промисловості був менше середнього обсягу збуту на 23,4 %, що вже показує значно нижчий рівень ризику, ніж попередній показник.

Якщо для обчислення ризику використовувати метод ковзкого середнього, що дозволяє врахувати загальну динаміку показника (зокрема обсяг реалізованої промислової продукції мав постійну тенденцію до зростання протягом 10 досліджуваних років), то дисперсійний ризик знижується до 13,4 %, а семіваріаційний — до 8,8 %, що є зовсім іншим рівнем ризику порівняно з попередніми значеннями.

Отже, із врахуванням загальної динаміки зміни показника обсяг реалізованої промислової продукції мав ризик зменшення усього 8,8 %, що дозволяє назвати його показником незначного ступеня ризику; такий висновок було неможливо зробити із попередніх обчислень.

Якщо виконати попередній регресійний аналіз, отримати прогнозу авторегресійну

Рівні ризику залежно від методу обчислення за показниками обсягу реалізованої промислової продукції за видами економічної діяльності, % (складено автором на основі [11])

№	Показник	Середн. очік.		Ковзк. середн.		Прогнозні	
		дисп.	семів.	дисп.	семів.	дисп.	семів.
1	Промисловість	37,4	23,4	13,42	8,82	10,1	8,6
2	Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	46,3	27,8	17,18	11,91	12,7	10,1
3	Переробна промисловість	35,3	22,0	12,98	9,19	11,0	9,2
4	Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	40,5	27,0	13,06	8,40	7,3	5,2
5	Текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	49,7	31,4	17,47	11,70	13,7	10,8
6	Виготовлення виробів з деревини, паперу та поліграфічна діяльність	46,6	30,3	15,96	10,04	12,8	10,7
7	Виробництво коксу та продуктів нафтоперероблення	28,5	18,0	18,20	13,98	23,1	16,7
8	Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції	23,2	16,6	12,27	10,10	13,4	9,1
9	Виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів	52,4	34,4	16,86	9,07	7,4	5,1
10	Виробництво гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції	45,9	28,5	16,20	10,26	11,2	9,4
11	Металургійне виробництво, виробництво готових металевих виробів, крім виробництва машин та устаткування	32,5	19,5	13,95	10,82	16,0	12,8
12	Машинобудування	27,6	16,3	14,40	10,41	15,3	11,7
13	Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	33,1	21,3	15,85	8,82	21,3	15,9
14	Виробництво електричного устаткування	34,0	20,3	14,28	10,06	14,5	10,5
15	Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	31,0	18,7	12,31	7,86	10,8	8,9
16	Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів	27,4	18,4	19,47	13,89	22,9	16,3
17	Виробництво меблів, іншої продукції; ремонт і монтаж машин і устаткування	43,3	24,9	16,11	9,80	6,7	4,9
18	Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	39,7	25,7	13,89	7,15	9,8	7,0
19	Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	27,3	15,1	11,10	5,19	6,2	4,3
	У середньому за видами економічної діяльності	36,9	23,1	15,1	9,9	13,1	9,9

модель для кожного показника і, спираючись на неї, обчислити дисперсійні та семіваріаційні ризики, то для обсягу реалізованої промислової продукції вони становитимуть відповідно 10,1 % та 8,6 %, що підтверджує попередній висновок про достатньо низький ризик негативної зміни цього показника.

Отже, застосування такого підходу (використання семіваріації та прогнозного обчислення ризику) дозволить уточнити значення ризику економічних показників та досягти його мінімізації.

Як бачимо за даними табл. 2, аналогічна тенденція спостерігається для всіх досліджених показників. Спираючись на обчислені середні значення для показників ризику за

видами економічної діяльності, побудуємо рис. 1, на якому наведена оцінка рівня ризику залежно від методу обчислення за показниками обсягу реалізованої промислової продукції.

Дані рис. 1 наочно демонструють, наскільки відрізняються дисперсійні ризики, обчислені як коефіцієнт варіації від семіваріаційних ризиків з урахуванням прогнозного значення, при тому, що, фактично, їх економічний зміст по суті збігається — як середнє ризиковане (негативне) відхилення фактичного значення від очікуваного значення показника. При цьому, уточнена оцінка ризику, яка враховує лише ризиковані зміни показника, показує рівні ризику в 3–4 рази нижче,

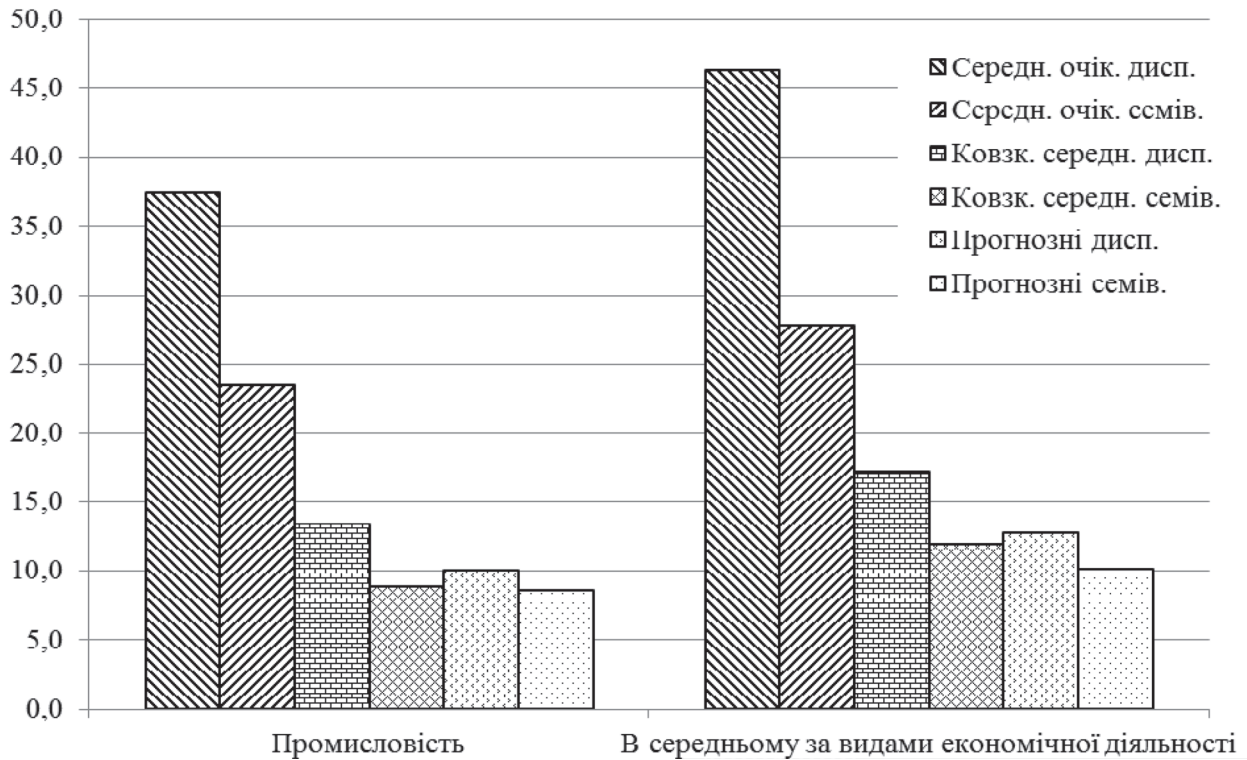


Рис. 1. Рівні ризику залежно від методу обчислення за показниками обсягу реалізованої промислової продукції, % (складено автором на основі [11])

ніж класичний підхід, який не враховує загальну динаміку зміни показника та зараховує до ризику не тільки негативні зміни, а й позитивні також.

Висновки. Отже, у результаті проведеного аналізу визначено основні недоліки дисперсійної оцінки ризику (як стандартного відхилення чи коефіцієнту варіації), зокрема це врахування позитивних відхилень, які фактично не несуть в собі ризику збитків, та використання середнього значення часового показника при тому, що в практичній діяльності підприємства зазвичай використовуються прогнозні значення, а не середні.

Запропоновано матрицю статистичних методів оцінки ризику, яка відбиває переваги семіваріаційного та прогнозного підходів до обчислення економічного ризику. Для перевірки логічно обґрунтованих положень обчислено ризику за всіма розглянутими методами та підходами за показниками обсягу реалізованої промислової продукції України за видами економічної діяльності. Аналіз результатів дозволив з'ясувати, що застосування такого підходу (використання семіваріації та прогнозного обчислення ризику) дозво-

лить уточнити значення ризику економічних показників і досягти його мінімізації.

Список літератури

1. Босак І. П., Гузела О. І. Загальна оцінка економічного ризику підприємства. *Квалітологія книги*. 2011. № 1. С. 148–151.
2. Говорунов О. Г. Непередбачуваність в системі понять «невизначеність — ризик». *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. 2016. № 1 (12). С. 5–12.
3. Hendry D. F., Mizon G. E. (2014). Unpredictability in economic analysis, econometric modeling and forecasting. *Journal of Econometrics*, no. 1, pp. 186–195.
4. Шкода М. С., Гичка С. Г. Економічні ризику: сутність, еволюція, підходи до класифікації. *Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні : зб. ст. за матеріалами Всеукр. наук.-практ. конф. (30 березня 2017 р., м. Київ)*. К. : КНУТД, 2017. С. 270–275.
5. Колесник Т. М., Колонтаєвський О. П. Оцінка ризиків на приватному підприємстві.

Економіка та управління в міському господарстві. 2018. № 141. С. 17–21.

6. Карпунцов М. В. Ризикостійкість підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 3. С. 71–75.

7. Вітлінський В. В. Ризикологія в економіці та підприємстві. Київ : КНЕУ, 2004. 480 с.

8. Говорунов О. Г. Застосовність методів прогнозування та управління ризиками в умовах непередбачуваності. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2016. Вип. 1. С. 183–191.

9. Гаращук О. В., Целіна Н. О., Мельниченко О. Д. Кількісна оцінка інвестиційних ризиків. *Вісник економічної науки України*. 2009. № 1 (15). С. 55–57.

10. Вітлінський В. В., Великоіваненко Г. І. Ризикологія в економіці та підприємстві : монографія. К. : КНЕУ, 2004. 480 с.

11. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.04.2021).

References

1. Bosak, I. P., Huzela, O. I. (2011). *Zahalna otsinka ekonomichnoho ryzyku pidpriemstva* [General assessment of economic risk of the enterprise]. *Kvalilohiia knyhy* [Qualification of the book], no. 1, pp. 148–151.

2. Hovorunov, O. H. (2016). *Neperedbachuvanist v systemi poniat "nevyznachenist — rysyk"* [Unpredictability in the system of «uncertainty-risk» concept]. *Problemy i perspektivy rozvytku pidpriemnistva : Zbirnyk naukovykh prats Kharkivskoho natsionalnoho avtomobilnodorozhnoho universytetu* [Problems and prospects of business development: Collection of scientific works of Kharkiv National Automobile and Road University], no. 1 (12), pp. 5–12.

3. Hendry, D. F., Mizon, H. E. (2014). Unpredictability in economic analysis, econometric modeling and forecasting. *Journal of Econometrics*, no. 1, pp.186–195.

4. Shkoda, M. S., Hychka, S. H. (2017). *Ekonomichni ryzyky: sutnist, evoliutsiia, pidkhody do klasyfikatsii* [Economy risks: essence, evolution, approaches to classification]. *Aktualni problemy innovatsiinoho rozvytku klasterneho pidpriemnytstva v Ukraini* [Actual problems of innovative development of cluster entrepreneurship in Ukraine]. Kyiv, KNUTD Publ., pp. 270–275.

5. Kolesnik, T. M., Kolontaievskiy, O. P. (2018). *Otsinka ryrykiv na pryvatnomu pidpriemstvi* [Assessment of risks on the private enterprise]. *Ekonomika ta upravlinnia v miskomu hospodarstvi* [Municipal Economy of Cities], no. 141, pp. 17–21.

6. Karpuntsov, M. V. (2008). *Ryzykostiikist pidpriemstva* [Risk resistance of the enterprise]. *Aktualni problemy ekonomiky* [Current economic problems], no. 3. pp. 71–75.

7. Vitlinskyi, V. V. (2004). *Ryzykolojiia v ekonomitsi ta pidpriemnytstvi* [Riskology in economics and enterprise]. Kyiv, KNEU Publ., 480 p.

8. Hovorunov, O. H. (2016). *Zastosovnist metodiv prohnozuvannia ta upravlinnia ryzykamy v umovakh neperedbachuvanosti* [Applicability of forecasting methods and risk management in conditions of unpredictability]. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky* [Theoretical and applicable issues of economics], no. 1, pp. 183–191.

9. Harashuk, O. V., Tselina, N. O., Melnichenko, O. D. (2009). *Kilkisna otsinka investytsiinykh ryrykiv* [Quantitative assessment of investment risks]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy* [Bulletin of Economic Science of Ukraine], no. 1 (15), pp. 55–57.

10. Vitlinskyi, V. V., Velykoivanenko, H. I. (2004). *Ryzykolojiia v ekonomitsi ta pidpriemnytstvi* [Riskology in economics and enterprise]. Kyiv, KNEU Publ., 480 p.

11. State Statistics Service of Ukraine. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 15 April 2021).

Objective. *The objective of the article is to investigate the methodological basis of application of forecasting models and methods in performing statistical assessment of economic risk, in particular, to assess the possibility of reducing systematic risk through forecasting planning of the enterprise and taking into account the semi-variance approach to risk calculation.*

Methods. *The theoretical basis of the study is achievements of foreign and national scientists. To achieve this goal, the following research methods are used: analysis, synthesis, abstract-logical and comparative analysis to classify economic risks and methods of their assessment; dispersion-semi-variance analysis to determine the level of risk indicators of the volume of sold industrial products by the type of economic activity; regression analysis to build forecast models, to obtain future values of sales indicators for industrial products by type of economic activity and to clarify the risk level for the evaluated indicators.*

Results. *The directions of risk classification and uncertainty are considered, the main approaches to the quantitative calculation of systematic economic risk are analyzed, semi-variance analysis and its advantages are determined. It is proposed to use the methods of moving averages and regression forecast modeling in determining the level of risk, which will more accurately take into account future values of uncertain indicators, and, consequently, will reduce the level of risk when planning the enterprise. In practice, the advantages of forecasting and semi-variance approaches to calculating the level of economic risk by indicators of the volume of sold industrial products by type of economic activity have been established.*

Key words: *risk, forecasting, quantitative methods, forecasting models, uncertainty, variance, semi-variance, moving averages.*

Надійшла до редакції 28.04.2021

НАЦІОНАЛЬНА ТА МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-25-36

JEL: F02

УДК 658.528

Чернега О. Б.,
д-р екон. наук,
професор

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: chernega@donnuet.edu.ua

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ 2020: СТРАТЕГІЯ, УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ, КОНФЛІКТИ ТА КОНЦЕНСУС

UDC 658.528

Chernega O. B.,
Grand PhD
in Economic Sciences,
Professor

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: chernega@donnuet.edu.ua

EUROPEAN UNION DURING THE 2020 PANDEMIC: STRATEGY, MANAGEMENT DECISIONS, CONFLICTS AND CONCENSUS

***Мета.** Мета статті — оцінка стратегії й управлінських рішень Європейського Союзу в умовах пандемії 2020, визначення основних переваг та недоліків.*

***Методи.** У процесі дослідження використано такі загальнонаукові методи та прийоми пізнання: теоретичне узагальнення і порівняння, аналіз і синтез, індукція та дедукція, групування, абстрагування.*

***Результати.** За результатами проведеного дослідження встановлено особливості управління ЄС в період до пандемії (затвердження Стратегічного порядку денного, який включає захист громадян і свобод, розвиток економічної бази, створення зеленішого, більш справедливого та інклюзивного майбутнього, просування європейських інтересів та цінностей у світі; узгодження Угоди щодо виходу Великої Британії з ЄС; підготовка бюджету ЄС), визначено механізми прийняття рішень законодавчими та виконавчими інституціями ЄС, а саме Європейською Радою (визначення пріоритетів (обмеження розповсюдження вірусу, забезпечення медичним обладнанням та витратними матеріалами, стимулювання досліджень, проведення заходів щодо підтримки економіки, формування Дорожньої карти відновлення), затвердження механізмів узгоджених дій, адаптація правил державної допомоги, вирішення технічних питань), Європейською Комісією (підготовка правил підтримки бізнесу, формування Першого та Другого інвестиційних пакетів, перерозподіл Фонду солідарності, підготовка бюджетних пропозицій), Європейським Парламентом (затвердження пакетів заходів щодо відновлення економіки ЄС, нових підходів до формування систем охорони здоров'я та страхування від безробіття, покращення лікарняної інфраструктури тощо). Встановлено основні зміни в європейське законодавство, які були націлені на подолання наслідків COVID-19 та формування стратегії відновлення, визначено недоліки (інертність в прийнятті термінових рішень) та переваги процесів управління ЄС в 2020 р. (вчасна реакція (з квітня 2020 р.), високий рівень координованості дій, швидка адаптація правил ЄС до нових вимог, комплексне використання принципу гнучкості, використання механізмів захисту стратегічних активів тощо).*

© О. Б. Чернега, 2021

Ключові слова: Європейський Союз, пандемія, стратегія, Європейська Комісія, Європейська Рада, Європейський Парламент, COVID-19, країна-член ЄС, політика, рішення, ВВП, бюджет.

Постановка проблеми. Як свідчить інформація Євростату, ВВП Європейського Союзу за 2020 р. скоротився на 6,2 %, а ВВП Єврозони (ВВП країн, які використовують євро в якості валюти — 19 країн) — на 6,6 % [1]. У першому кварталі 2021 р. ВВП ЄС продовжувало скорочуватись (на 0,4 % порівняно з попереднім кварталом) [2]. Спостерігається падіння економіки Португалії (–3,3 %), Латвії (–2,6 %) та економіки інноваційного і промислового лідера ЄС — Німеччини (–1,7 %). Найбільші досягнення фіксують Литва (+1,8 %) та Швеція (+1,1 %), незначне зростання демонструє Франція (+0,5 %).

У той же час конкуренти ЄС на світових ринках товарів та послуг почали оговтуватися після світової коронавірусної кризи і демонструвати дива відновлення.

Реальний ВВП США збільшився у першому кварталі 2021 р. на 6,4 % в річному вимірі. Головним чинником зростання є збільшення витрат споживачів країни — на 10,7 %, витрат бізнесу на закупівлю обладнання — на 16,7 % [3]. Як зазначила міністр торгівлі США Джина М. Раймондо, «...звіт по ВВП обнадіює. Президент Байден зайнявся швидкими та вирішальними діями у перші 100 днів, щоб вакцинувати американців, призначити допомогу сім'ям та підприємствам і запровадити основу для стійкого економічного розвитку всіх американців...Америка рухається вперед, але ми не можемо зупинитися зараз. Простого повернення в норму недостатньо. Нам потрібні стратегічні інвестиції, включені в Американський план створення робочих місць та американський сімейний план, щоб не повернутися туди, де ми були до пандемії, а також покращити нашу країну та нашу економіку. Нам необхідні масштабні та відважні дії, які інвестують у наші сім'ї, нашу робочу силу та нашу інфраструктуру, що дозволяють Америці перемогти конкуренцію на світовому ринку» [3].

Економіка Китаю зросла на 18,3 % в першому кварталі 2021 р. порівняно з 2020 р.

ВВП країни досяг 3,8 трлн дол. та перевищив рекорд 1993 року (зростання на 15,3 %) [4]. Необхідно відмітити, що найбільше зростання зафіксовано в переробній промисловості (24,4 %). І хоча прогнози аналітиків [5] свідчать про можливі труднощі у підтримці країною подібних темпів у зв'язку з недостатністю заходів щодо стимулювання економіки, Китай є і буде залишатися впливовим гравцем на світовому ринку і конкурентом ЄС в багатьох сферах економічної діяльності.

Таким чином, перед ЄС стоять не просто амбітні завдання — бути лідером світового співтовариства, наразі виникає потреба реалізувати наявний потенціал, використати ресурси Союзу та його переваги більш ефективно, розробити стратегію випереджального розвитку. У той же час (коли стає зрозумілим, що нові пандемії — це реальність), важливим завданням є оцінка дії керівних органів ЄС, визначення проблем та недоліків, аналіз успішних управлінських рішень з метою підготовки до протидії можливим наступним загрозам. Тому оцінка управлінських рішень, починаючи з 2019 р., та їх наслідків є підґрунтям для необхідних удосконалень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження стратегії ЄС та управлінських рішень під час пандемії почали з'являтися вже навесні 2020 р. Непередбачуваний розвиток подій кожного місяця призвів до появи багаточисельних аналітичних записок, в яких визначається хронологія подій (місяць, квартал, півріччя), переваги та недоліки прийнятих рішень та робляться прогнози їх впливу на подальший розвиток [6–11]. Аналіз перелічених та інших джерел свідчить про існування діаметрально протилежних висновків: від звинувачення керівництва ЄС в неспроможності протидіяти викликам до визначення ЄС зразком проактивних дій. Висновки авторів у більшості випадків знаходяться в залежності від періодів 2020 р., які були досліджені. Дійсно,

січень-лютий були досить проблемним для ЄС, але починаючи з березня ситуація була взята під контроль і реалізація прийнятих рішень дозволила приділити значну увагу процесам відновлення економіки від наслідків пандемії.

Мета статті — оцінка стратегії й управлінських рішень Європейського Союзу в умовах пандемії 2020, визначення основних переваг та недоліків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Трошки передісторії. 20 червня 2019 р. на засіданні Європейської Ради за участю голови Європейської Комісії та Президента Європейського Парламенту був прийнятий Стратегічний порядок денний ЄС до 2024 року (Strategic agenda 2019–2024). Документ визначає чотири головних напрями діяльності: 1) захист громадян і свобод; 2) розвиток економічної бази: європейська модель майбутнього; 3) створення зеленого, більш справедливого та інклюзивного майбутнього; 4) просування європейських інтересів та цінностей у світі [13].

У Порядку визначено, що «потужна економічна база має ключове значення для конкурентоспроможності, процвітання та ролі Європи на світовій арені та для створення робочих місць». Саме тому потрібно «посилити згуртованість в ЄС», досягнути вищої конвергенції економік, вирішити демографічні проблеми, поглибити економічний та валютний союз у всіх його вимірах, посилити міжнародну роль євро. ЄС потрібен більш інтегрований підхід, «що поєднує всі відповідні політики та виміри: поглиблення та зміцнення Єдиного ринку та його чотирьох свобод, розробка промислової політики, придатної для майбутнього, вирішення питань цифрової революції та забезпечення справедливого й ефективного оподаткування», цифрова трансформація, активізація інвестицій у навички та освіти людей, сприяння підприємництву та інноваціям, заохочення та підтримка державних і приватних інвестицій, у тому числі в інфраструктуру [13].

Другу половину року Європейська Рада здійснювала підготовчу роботу щодо реалізації порядку денного. Крім того, управлін-

ські зусилля були спрямовані на формування бюджету ЄС на 2021–2027 рр. (залишалися не розв'язаними проблеми, які існують в ЄС при кожному циклі бюджетування: визначення загального обсягу коштів, розподіл коштів між окремими політиками, в першу чергу — обсягів коштів на політику згуртування та спільну сільськогосподарську політику, які «витягують» майже 70 % бюджету, тощо), створення механізму управління бюджетом зони євро з 2021 р. (80 % було заплановано розподіляти між країнами, 20 % — направляти на вирішення специфічних ситуацій)) [14], реформу Пакту стабільності та зростання, особливо в частині щодо санкційних процедур.

Період, що передував пандемії, також був присвячений розв'язанню питань, які були в довгостроковому періоді непередбачуваними та незапланованими для керівництва ЄС. Багато часу, зусиль було витрачено на реалізацію Угоди щодо виходу Великої Британії з ЄС. Вирішення цього питання, безкінечні процедури узгоджень, пояснень, обґрунтувань відволікали управлінців, ламали порядки денні, порушували регламенти, які були напрацьовані ЄС протягом багатьох років.

У 2020 р. ЄС ввійшов з незатвердженим бюджетом, але зі зрозумілими графіками роботи законодавчих та виконавчих органів об'єднання щодо Стратегічного порядку денного до 2024 р.

У лютому 2020 р. на позачерговому саміті Європейської Ради головною темою дискусії був пошук бюджетної рівноваги, яка була зруйнована скороченням фінансування у зв'язку з брекзітом (мінус 75 млрд євро). Крім того, інноваційні «зелені» пропозиції також потребували грандіозного фінансування. Рада не підтримала ані пропозицію Ш. Мішеля (1,095 трлн євро/ 1,074 % валового національного доходу держав-членів ЄС), ані пропозицію У. фон дер Ляйен (1,135 трлн євро/1,11 %), ані окрему пропозицію 4-х (Австрія, Данія, Нідерланди, Швеція (1,022/1,0 %), ні Європейського Парламенту (1,36/1,334 %).

Бюджетні проблеми не були розв'язані, ситуація з коронавірусом поки не була чіт-

ко визначеною, тому Європейська Комісія та Європейська Рада працювали згідно з установленим порядком денним. Кількість осіб, які захворіли, зростала з кожним днем.

Але вже в березні 2020 р., коли прийшло усвідомлення, що потрібні спільні зусилля, необхідна координація діяльності з метою запобігання хворобі та підтримки економіки ЄС, відбулися три позачергові сесії Європейської Ради.

Засідання Європейської Ради від 10.03.2020 р. потрібно визначити як початок скоординованих дій усіх інституцій ЄС.

На цьому засіданні були визначені чотири пріоритети: 1) обмеження розповсюдження вірусу; 2) забезпечення медичним обладнанням та витратними матеріалами, у т. ч. через спільні закупівлі; 3) стимулювання досліджень, у т. ч. на розробку вакцини за рахунок коштів ЄС; 4) проведення заходів щодо підтримки економіки, а саме підтримки ліквідності, допомоги малому та середньому бізнесу, окремим секторам економіки. «Держави-члени погодились, що здоров'я наших громадян є головним пріоритетом, і що заходи повинні базуватися на науці та медичних порадах. Заходи повинні бути пропорційними, щоб вони не мали надмірних наслідків для нашого суспільства в цілому», — відмітив Ш. Мішель, президент Європейської Ради [16]. Лідери ЄС наголосили на важливості активізації дослідницьких зусиль. Для цього Європейська Комісія мобілізувала 140 мільйонів євро коштів та відібрала 17 проєктів.

Березень 2020 р. в ЄС відзначився яскравими проявами визнання окремими державами національних потреб пріоритетними над загальноєвропейськими, в першу чергу це було пов'язано товарами цільового призначення (засоби індивідуальної безпеки та лікарські засоби). Дефіцит цих товарів призвів до запровадження національних обмежень, на які дуже вчасно відреагувала Європейська Комісія, яка розробила спеціальні ініціативи, спрямовані на збереження єдиного внутрішнього ринку та мобілізацію відповідних бюджетних резервів ЄС.

Наступний саміт Європейської Ради, який відбувся 17.03.2020 р., вирішив питан-

ня закриття кордонів (крім спеціально оголошених випадків), запровадження підтримки компаній, які займаються розробками вакцин, були оголошені перші кроки щодо забезпечення повернення із закордону громадян країн ЄС та фінансування цього процесу, прийнято рішення щодо реалізації політики оперативного реагування на зміни в економіці із застосуванням фондів ЄС, були розглянуті можливості відмови від жорсткого використання вимог Пакту стабільності та зростання. Лідери були зосереджені на: обмеженні поширення вірусу; забезпеченні медичним обладнанням та витратними матеріалами, з особливою увагою до масок та респіраторів; сприянні дослідженням, включаючи дослідження вакцини; подоланні соціально-економічних наслідків; допомозі громадянам, які опинились у третій країнах. Лідери запропонували Європейській Комісії постійно й уважно стежити за економічним та фінансовим розвитком та негайно адаптувати скоординовану політичну реакцію до ситуації, що швидко змінюється. Вони також підтримали різні ініціативи Європейської Комісії у сферах єдиного ринку, такі як адаптація правил державної допомоги й використання гнучкості, передбаченої Пактом стабільності та зростання, та звернення до бюджету ЄС [17].

Засідання Європейської Ради 26 березня 2020 р. відбувалося, коли майже в усіх країнах ЄС був запроваджений локдаун (крім Швеції).

Згідно зі Спільною заявою членів Європейської Ради, головними пріоритетами ЄС є: 1) виконання рекомендацій Європейського центру профілактики та контролю захворювань; 2) тимчасове закриття кордонів; 3) забезпечення повернення громадян; 4) забезпечення функціонування ринків необхідних товарів та послуг; 5) широке інформування громадян.

Дуже велика увага була приділена технічним питанням, пов'язаним із повним забезпеченням лікарень необхідними ресурсами, прийнято рішення про збільшення бюджету стратегічного резерву, стимулювання процесів розробки вакцини.

Головні фінансові рішення: погоджена підтримка державних систем охорони здоров'я, фінансова допомога країнам, які мають додаткові потреби, дозволено направляти кошти на вирішення економічних проблем навіть у випадку зростання дефіцитів бюджетів, прийнято рішення щодо виділення 37 млрд євро в межах політики згуртування для подолання кризи. «Ми вітаємо керівні принципи Комісії щодо перевірки прямих іноземних інвестицій та закликаємо держави-члени вжити всіх необхідних заходів для захисту стратегічних активів та технологій від іноземних інвестицій, які можуть загрожувати законним цілям державної політики. Це сприятиме стратегічній автономії ЄС під час кризи та пізніше» [18].

Протягом березня 2020 р. дуже напружена робота Європейської Комісії принесла конкретні результати: оголошено про підтримку ліквідності малих та середніх підприємств, 13 березня був оголошений Перший інвестиційний пакет ініціатив, 2 квітня — Другий пакет, ресурси Фонду солідарності були відкриті для країн-членів ЄС, які найбільш постраждали від коронавірусу (розмір коштів на боротьбу з пандемією склав 800 млн євро), було визначено, що усі інші Фонди, які існують у бюджеті ЄС, дозволено використовувати для боротьби з коронавірусом.

19 березня 2020 р. був прийнятий тимчасовий рамочний порядок здійснення державної підтримки економіки, який дозволив державам-членам ЄС фінансувати підприємства, що мають труднощі у зв'язку з пандемією. Європейська Комісія визначила, що рівень допомоги не буде вступати в протилежність із загальним правилом обмежень на державну допомогу у зв'язку з тим, що пандемія віднесена до виключних випадків. Крім того, був передбачений скорочений порядок процедур узгодження та прийняття рішення про надання допомоги.

16.04.2020 р. в Брюсселі відбулася позачергова сесія Європейського Парламенту, яка була присвячена розв'язанню питань пандемії. Результатом її роботи стали рішення щодо розробки пакету заходів щодо

відновлення економіки ЄС, який базується на використанні фінансових інструментів бюджету ЄС, створенні загальноєвропейської системи страхування від безробіття, формування фонду солідарності в боротьбі з коронавірусом, який має опікуватися національними системами охорони здоров'я. Значна увага була приділена необхідності реформування системи управління, а саме необхідності поширення повноважень відповідальних осіб, з метою скорочення строків прийняття рішень та реалізації необхідних дій. Європейський Парламент наголосив на необхідності створення спільного європейського механізму охорони здоров'я. Було виділено 3 млрд євро національним системам охорони здоров'я для покриття поточних потреб (в межах інструменту невідкладної допомоги), затверджена інвестиційна ініціатива, яка включає спеціальні заходи з метою прискореного використання ресурсів у межах Європейського фонду регіонального розвитку, Європейського соціального фонду та Фонду згуртування.

Наступне засідання Європейської ради, яке відбулося 23.04.2020 р., було присвячене затвердженню документів відновлення економіки ЄС, серед них Європейська дорожня карта щодо скасування заходів стримування COVID-19 (рекомендації за напрямками, які координуються на рівні ЄС), Дорожня карта відновлення. У Дорожній карті відновлення зафіксовані головні принципи «всебічного плану відновлення з кінцевою метою побудови більш стійкої та справедливої Європи», серед них: 1) солідарність, згуртованість та зближення («Ми повинні забезпечити рівне ігрове поле для всіх. Діючий єдиний ринок вигідний всім громадянам ЄС»); 2) гнучкість, спритність, еволюційність; 3) всеохоплення та залучення усіх зацікавлених сторін, дотримуючись принципу субсидіарності; 4) повна підтримка цінностей та прав ЄС [19].

Визначено чотири головні сфери середньо- і довгострокових «колективних і рішучих дій» для повного відновлення ЄС: 1) «повністю функціонуючий та пожвавлений спільний ринок» (на підставі відновлення

ланцюгів створення вартості та постачання, реалізації програм «зеленого переходу» та цифрової трансформації, що допоможе створити робочі місця, проведення динамічної промислової політики, підтримки МСП та стартапів, ефективного аналізу прямих іноземних інвестицій, побудови більш еластичної інфраструктури для подолання непередбачених подій, зокрема у секторі охорони здоров'я, посилення майбутнього антикризового управління); 2) «безпрецедентні інвестиційні зусилля» (інвестиційні зусилля типу Маршалла, щоб сприяти відновленню, включаючи державні інвестиції та мобілізацію приватних інвестицій, в першу чергу в зелений та цифровий перехід та Політику згуртування та Спільну аграрну політику); 3) глобальні дії (відновлення торгових потоків та шляхів постачання, надання допомоги країнам, які цього потребують); 4) функціонуюча система управління («установи та держави-члени повинні співпрацювати найбільш ефективно і з повним дотриманням принципу субсидіарності. ЄС має бути все більш ефективнішим; це означає покращення виконавчої спроможності та координоване управління кризами»).

У квітні 2020 р. з бюджету ЄС виділено 1 млрд євро у формі гарантії на кошти Європейського фонду стратегічних інвестицій (Фонд створений в рамках Плану Юнкера для гарантування виконання довгострокових проектів) для надання допомоги малим та середнім підприємствам. Розпорядником цієї допомоги призначено Європейський інвестиційний фонд. Він має здійснювати взаємодію з банками, що надають ліквідність. Очікується, що європейські гарантії дозволять мобілізувати 8 млрд євро оборотного капіталу та підтримати не менше 100 тис. малих і середніх підприємств у ЄС.

8 травня 2020 р. міністри економіки та фінансів країн-членів ЄС досягли остаточної домовленості щодо проведення Програми допомоги в умовах пандемії. Було заплановано, що Програма буде фінансуватися з коштів Європейського стабілізаційного механізму. Кредитні лінії відкриваються з 15 травня для країн Єврозони

в розмірі до 2 % їхнього ВВП, крім того, розподіл коштів не буде підпорядковуватися моніторингу зі сторін Європейської Комісії, але підлягати перевірці з боку Європейського семестру [21].

19 травня 2020 р. Рада з економічних та фінансових питань ЄС підтримала проект регламенту, що створює тимчасову систему перестраховування виплат в зв'язку з безробіттям (пом'якшення ризиків безробіття в надзвичайних ситуаціях — SURE). У рамках SURE пільгові кредити на загальну суму до 100 млрд євро можуть бути створені в державах-членах для фінансування національних програм зайнятості [19]

27 травня 2020 р. Європейська Комісія прийняла рішення щодо формування фонду в розмірі 750 млрд євро, в основному з грантів, які не потребують відшкодування, для подолання найглибшої рецесії в історії ЄС. «Цей Фонд оздоровлення включатиме загальну суму 500 мільярдів євро, наданих державам-членам через гранти, та додаткові 250 мільярдів євро за вигідними позиками... Фонд оздоровлення у розмірі близько 5,3 % ВВП ЄС буде спрямований на спад, який, як очікується, досягне в цьому році — 7,4 % ВВП в ЄС, порівняно зі зниженням на — 4,3 % у 2009 році, найгіршому році Великої Рецесії. Але для порівняння, ресурси значно перевищать стимул, запланований Комісією у листопаді 2008 року для виходу з кризи 2008–2010 років... Щоб отримати доступ до коштів держави-члени повинні представити плани реформ та інвестицій, узгоджені з пріоритетами ЄС та рекомендаціями, виробленими виконавчим органом ЄС для окремих країн» [20].

Таким чином, три місяці напруженої роботи головних законодавчих та виконавчих органів ЄС призвели до позитивних результатів. І хоча економіка продовжувала падіння (табл. 1), однак мобілізація ресурсів дозволила підтримати систему охорони здоров'я, профінансувати програми щодо розробки вакцини, не допустити соціального колапсу.

Пандемія відклала проведення запланованої на 2020 р. Конференції щодо майбут-

Зміни ВВП ЄС (28 країн до 01.01.2020 р., 27 країн з 01.01.2020 р., порівняно з кварталом попереднього року/порівняно з попереднім кварталом) [1; 2]

Параметр	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
ВВП ЄС 2018	—	+0,5/+2,3	+0,3/+1,8	+0,5/+1,8
ВВП єврозони 2018	—	+0,5	+0,1	+0,5
ВВП ЄС 2019	+0,6/1,6	+0,2/+1,3	+0,3/+1,8	+0,1/+0,4
ВВП єврозони 2019	+0,5	+0,2	+0,2	+0,1
ВВП ЄС 2020	-3,3/-2,5	-13,8/-11,2	-4,0/+11,7	-4,6/-0,5
ВВП єврозони 2020	-3,8	-14,6/-11,6	-4,1/+12,5	-4,9/-0,7
ВВП ЄС 2021	-1,7/-0,4	—	—	—
ВВП єврозони 2021	-1,8/-0,6	—	—	—

нього Європи, яка мала тривати два роки, підтвердити головні принципи ЄС, закріпити солідарність в рішеннях в політичній та економічній сферах, визначити політику об'єднання в середньостроковій та довгостроковій перспективі

Наприкінці травня 2020 р. почалося повернення системи управління до планової діяльності. Головним завданням для Європейської Комісії залишився бюджет ЄС на 2021–2027 рр., попередній проект якого мав суттєво змінитися та відповідати новим викликам, пов'язаним з необхідністю відновлення після пандемії. Європейська Комісія з урахуванням досвіду березня-травня 2020 р. була націлена на збереження існуючих ключових програм та широке використання правил гнучкості, а саме можливість зміни напрямів фінансування у випадку необхідності, які були дуже ефективними в період погіршення ситуації у сфері охорони здоров'я. Новий бюджет мав враховувати: затверджений квітневою Європейською Радою пакет на суму 540 млрд Євро (240 млрд євро кредитів за лініями Європейського стабілізаційного механізму, 200 млрд євро гарантій від Європейського інвестиційного банку та 100 млрд євро запозичень від Тимчасового інструменту пом'якшення ризиків безробіття в екстрених ситуаціях (SURE)), новий інструмент відновлення економіки ЄС (An emergency European Recovery Instrument «Next Generation EU»), який формується за рахунок тимчасового збільшення відраху-

вань до бюджету ЄС до 2 % валового національного доходу. Завдання Європейської Комісії — залучити 750 млрд євро, за рахунок яких мають реалізовувати пріоритетні програми.

На саміті Європейської Ради 17–21 червня 2020 р. бюджет ЄС на 2021–2027 рр. був затверджений в розмірі 1,074 трлн євро, крім того, планується сконцентрувати 750 млрд євро у вигляді спеціального фонду Next Generation EU, за рахунок якого має реалізуватися трирічний план боротьби з економічними наслідками пандемії. Велика увага була приділена процедурам забезпечення належного управління та використання фонду відновлення економіки [22].

Більшість сесій Європейського Парламенту протягом літа частково були присвячені прийняттю рішень щодо подолання наслідків пандемії, відновлення докризового статусу наднаціональних структур у прийнятті рішень. На сесії 8–10 липня почалося обговорення стратегії створення загальноєвропейського союзу охорони здоров'я, встановлення мінімальних стандартів якості, покращення лікарняної інфраструктури. Розглядалося питання створення загальноєвропейського кризового механізму захисту здоров'я (European Health Response Mechanism, EHRM) з метою створення системи координації медичних резервів.

23 липня відбулося позачергове засідання Європейського парламенту, на якому відбулося обговорення варіанту бюджету, що

був погоджений Європейською радою. Більшістю голосів резолюція щодо підтримки бюджету була прийнята (465 голосів — за, 150 — проти; 67 — утрималися). Процес обговорення чітко визначив протиріччя між більшістю членів парламенту, які підтримують процеси подальшої конвергенції, та керівництвом країн-членів ЄС, які відстоюють національні інтереси.

1–2 жовтня був проведений спеціальний саміт Європейської Ради, одним з головних питань знову стала пандемія, а саме координація діяльності щодо тестування, підготовки до майбутньої вакцинації населення. Крім того, потребували узгодження проблемні питання щодо бюджету на 2021–2027 рр. Серед рішень: розмір бюджету 1 074,3 трлн євро, напрямки витрат: єдиний ринок, інновації та діджиталізація; згуртованість, стійкість та цінності; природні ресурси та довкілля; міграція та управління кордонами; безпека та оборона; сусідство і світ; європейське державне управління [23].

19 листопада Європейська Рада розглядала відповідно до порядку денного питання щодо доступності вакцин, підтримки та пропаганди вакцинації, послідовності зняття обмежень щодо пересування

У 2020 р. Європейська Рада завершила свою роботу у грудні, визначила намір бути «твердо налаштованою стояти разом у цій важкій ситуації» та прийняла рішення щодо вакцинації, розв'язання проблем підвищення стійкості системи охорони здоров'я. Було визнано значною проблемою низьку швидкість розгортання вакцинації, тобто фактичне невиконання загальноєвропейської стратегії [24].

На пленарній сесії Європейського Парламенту 14–18 грудня 2020 р. був прийнятий бюджет ЄС на 2021–2027 рр. В узгоджений влітку варіант були внесені незначні зміни, збільшено фінансування десяти головних програм ЄС на 15 млрд євро, у тому числі у три рази на розвиток системи охорони здоров'я. Важливе значення для відновлення економіки та соціальної сфери мало рішення щодо підтримки значно постраждалих регіонів за рахунок виділення коштів зі струк-

турних фондів ЄС в розмірі 47,5 млрд євро. Був затверджений регламент, згідно з яким мають реалізовуватися програми допомоги у постпандемічному відновленні [25].

Висновки. Таким чином, 2020 р. був достатньо складним для Європейського Союзу:

1) для країн-членів, деякі з яких понесли великі непоправні втрати під час пандемії, для системи управління об'єднанням, яка мала суттєво змінитися та навчитися швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, для лідерів ЄС, які мали та в більшості випадків підтвердили свою компетентність;

2) перший квартал 2020 р. був найбільш невдалим, серед головних провалів: інертність ЄС в наданні допомоги Італії, закриття кордонів поодинокими країнами ЄС без узгодження з Європейською Комісією, «крадіжки» обладнання та витратних матеріалів деякими країнами-членами ЄС з метою забезпечення національної системи охорони здоров'я, тобто визнання окремими державами національних потреб пріоритетними над загальноєвропейськими;

3) починаючи з березня 2020 р. законодавчі та виконавчі органи ЄС проявили спроможність вчасно реагувати, організувати ефективно та термінове прийняття рішень, мобілізувати кошти, одночасно вирішувати два завдання: збереження здоров'я населення та підтримку економіки. Європейська Комісія вчасно розробила спеціальні ініціативи, спрямовані на збереження єдиного внутрішнього ринку та мобілізацію відповідних бюджетних резервів ЄС, адаптацію правил державної допомоги до нових умов, використання принципу гнучкості, передбаченого Пактом стабільності та зростання, і звернення до бюджету ЄС, надала дозвіл направляти кошти на вирішення економічних проблем навіть у випадку зростання дефіцитів бюджетів, визначила засади перевірки прямих іноземних інвестицій та вжиття усіх необхідних дій для захисту стратегічних активів та технологій від іноземних інвестицій, які можуть загрожувати державній політиці;

4) Європейською Радою та Європейським Парламентом були вчасно прийняті рішення щодо відновлення економіки, які

базуються на використанні фінансових інструментів бюджету ЄС, створенні загальноєвропейської системи страхування від безробіття, формуванні фонду солідарності в боротьбі з коронавірусом, що має опікуватися національними системами охорони здоров'я, реформуванні системи управління, а саме поширенні повноважень відповідальних осіб з метою скорочення строків прийняття рішень та реалізації необхідних дій створення спільного європейського механізму охорони здоров'я;

5) посилилась увага до функціонуючої системи управління («установи та держави-члени повинні співпрацювати найбільш ефективно і з повним дотриманням принципу субсидіарності. ЄС має бути ефективнішим; це означає покращення виконавчої спроможності та координоване управління кризами»). Робота в напрямку удосконалення системи управління має продовжуватися в майбутньому, усім зрозуміло, що найбільші управлінські перепони, з якими зіштовхується ЄС, пов'язані з існуючими процедурами прийняття рішень, які в більшості випадків передбачають консенсус. Обговорення різноманітних документів продовжуються роками, марафони перемовин не призводять до необхідних результатів, рішення відкладаються, у той час, коли країни-конкуренти вміють реалізовувати настанову, що «потрібно бігти з усіх ніг, щоб тільки залишатися на місці, а щоб кудись потрапити, треба бігти як мінімум удвічі швидше». Узгодження бюджетів (багаторічних фінансових планів) відбуваються роками, а результат цієї процедури в деяких випадках кардинально змінює попередньо узгоджені параметри. Протиріччя між «бідними» (16 країн з рівнем ВВП на душу населення, який нижче 90 % в середньому по ЄС, а саме 10 країн Центральної та Східної Європи, Кіпр, Мальта, Іспанія, Португалія, Греція, Хорватія), «багатими», «поміркованими» та «ключовими» (Німеччина, Франція) країнами ЄС зберігаються, звинувачення в утриманні з боку «багатих» супроводжується звинувачуванням «бідних» країн в необґрунтованому запровадженні та використанні пільг «багатими» державами-

членами. Саме тому перманентне удосконалення системи прийняття рішень, механізмів подолання протиріччя та досягнення консенсусів у питаннях розвитку та подолання можливих майбутніх криз є безумовною вимогою розвитку.

Список літератури

1. <https://ec.europa.eu/eurostat>.
2. EUROSTAT (2021). GDP down by 0.6 % in the euro area and by 0.4 % in the EU. Available at : <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/11563071/2-30042021-BP-EN.pdf/bf5d61eb-d36f-7fb4-97c8-a9ac2ae134cc?t=1619776447550>.
3. U. S. Department of Commerce (2021). Statement from U. S. Secretary of Commerce Gina M. Raimondo on Q1 2021 GDP Advance Estimate. Available at : <https://www.commerce.gov/news/press-releases/2021/04/statement-us-secretary-commerce-gina-m-raimondo-q1-2021-gdp-advance>.
4. National Bureau of Statistics of China (2021). Preliminary Accounting Results of GDP for the First Quarter of 2021. Available at : http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202104/t20210420_1816603.html.
5. <https://www.eiu.com/analysts/yue-su>.
6. Apelblat, M. (2020). Next Generation EU: Ambitious recovery plan with some question marks Brussels Times. 1 June 2020. Available at : <https://www.brusselstimes.com/all-news/eu-affairs/114639/next-generation-eu-ambitious-recovery-plan-with-some-question-marks>.
7. Герке Л. Как Европа отреагировала на новый бюджет ЕС и сделку с фондом восстановления коронавируса. 21.07.2020. URL : <https://www.politico.eu/article/madness-and-historic-day-europe-reacts-to-the-budget-deal>.
8. Веселовський А. І., Александров О. С., Орлик В. В. Вплив пандемії COVID-19 на розвиток глобальних процесів розвитку системи міжнародних відносин : аналітична записка / Національний інститут економічних досліджень. URL : <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-05/covid-i-globalni-procesy-1.pdf>.
9. Тодоров І., Тодорова Н. Міжнародні відносини на тлі COVID19-пандемії. *Геопо-*

літика України: історія і сучасність: збірник наукових праць. 2020. Вип. 1 (24), 2020, С. 18–26.

10. Фахурдінова М. Коронавірус і єдність у ЄС: вчитись на помилках держав має і Україна. *День*, 2020, № 77. URL : <https://day.kyiv.ua/uk/article/den-planety-svitovi-dyskusi-yi/koronavirus-i-yednist-u-yes>.

11. Білявський М. Геополітика пандемії: світ після коронавіруса не буде колишнім. Пять сценаріїв / Разумков центр, 2020, 26 березня. URL : <https://razumkov.org.ua/statti/geopolityka-pandemii-svit-pislia-koronavyru-sa-ne-bude-kolyshnim-piat-stsenariiv>.

12. Eucouncil (2021). A new strategic agenda 2019–2024. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/media/39914/a-new-strategic-agenda-2019-2024.pdf>.

13. Europe Daily Bulletin, No. 12346 (11/10/2019).

14. European Committee of the Regions (2020). “EU Budget risks being a failure for people and a gift to populism” warns CoR President Apostolos Tzitzikostas. Available at : <https://cor.europa.eu/en/news/Pages/EU-Budget-risks-being-a-failure-for-people-and-a-gift-to-populism-warns-CoR-President-Apostolos-Tzitzikostas.aspx>.

15. Eucouncil (2020). Video conference of the members of the European Council, 10 March 2020. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/en/meetings/european-council/2020/03/10>.

16. Eucouncil (2020). Video conference of the members of the European Council, 17 March 2020. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/en/meetings/european-council/2020/03/17>.

17. Eucouncil (2020). Joint statement of the members of the European Council, 26 March 2020. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2020/03/26/joint-statement-of-the-members-of-the-european-council-26-march-2020>.

18. Eucouncil (2020). A Roadmap for Recovery. Towards a more resilient, sustainable and fair Europe. Available at: <https://www.consilium.europa.eu/media/43384/roadmap-for-recovery-final-21-04-2020.pdf>.

19. Valero, Jorge (2020). Commission puts forward massive €750bn stimulus against corona-crisis. Available at : <https://www.euractiv.com/section/economy-jobs/news/commission-puts-forward-massive-e750bn-stimulus-against-corona-crisis>.

20. Valero, Jorge (2020). ESM corona-loans expected to be available from May 15. Euractiv, 9 May 2020. Available at : <https://www.euractiv.com/section/economy-jobs/news/esm-corona-loans-expected-to-be-available-from-15-may>.

21. Eucouncil (2020). COVID-19: Council adopts temporary support to mitigate unemployment risks in an emergency (SURE). Available at : <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2020/05/19/covid-19-council-reaches-political-agreement-on-temporary-support-to-mitigate-unemployment-risks-in-an-emergency-sure>.

22. Charles, Michel (2020). Main results. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/en/meetings/european-council/2020/07/17-21>.

23. Eucouncil (2020). Special meeting of the European Council. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/media/45910/021020-euco-final-conclusions.pdf>.

24. Eucouncil (2020). Statement by President Charles Michel at the end of the European Council meeting and Euro summit on 10 and 11 December 2020. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2020/12/11/intervention-du-president-charles-michel-a-l-issue-des-reunions-du-conseil-europeen-et-du-sommet-de-la-zone-euro-des-10-et-11-decembre-2020>.

25. Bulletin Quotidien Europe (BQE). December 2020.

References

1. <https://ec.europa.eu/eurostat>.
2. EUROSTAT (2021). GDP down by 0.6 % in the euro area and by 0.4 % in the EU. Available at : <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/11563071/2-30042021-BP-EN.pdf/bf5d61eb-d36f-7fb4-97c8-a9ac2ae134cc?t=1619776447550>
3. U. S. Department of Commerce (2021). Statement from U. S. Secretary of Commerce

- Gina M. Raimondo on Q1 2021 GDP Advance Estimate. Available at : <https://www.commerce.gov/news/press-releases/2021/04/statement-us-secretary-commerce-gina-m-raimondo-q1-2021-gdp-advance>.
4. National Bureau of Statistics of China (2021). Preliminary Accounting Results of GDP for the First Quarter of 2021. Available at : http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202104/t20210420_1816603.html.
5. <https://www.eiu.com/analysts/yue-su>.
6. Apelblat M. (2020). Next Generation EU: Ambitious recovery plan with some question marks Brussels Times. 1 June 2020. Available at : <https://www.brusselstimes.com/all-news/eu-affairs/114639/next-generation-eu-ambitious-recovery-plan-with-some-question-marks>.
7. Gerke L. (2020). *Kak Evropa otreagi-rovala na novyi byudzhets ES i sdelku s fondom vosstanovleniya koronavirusa* [How Europe reacted to new EU budget and coronavirus recovery fund deal]. Available at : <https://www.politico.eu/article/madness-and-historic-day-europe-reacts-to-the-budget-deal>.
8. Veselovskyi A. I., Aleksandrov O. S., Orlyk V. V. (2021). *Vplyv pandemii COVID-19 na rozvytok hlobalnykh protsesiv rozvytku systemy mizhnarodnykh vidnosyn* [Infusion of the COVID-19 pandemic on the development of global processes and the development of the system of international services]. Available at : <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-05/covid-i-globalni-procesy-1.pdf>.
9. Todorov, I., Todorova, N. (2020). *Mizhnarodni vidnosyny na tli COVID19-pandemii* [International relations against the background of the COVID19 pandemic]. *Heopolityka Ukrainy: istoriia i suchasnist* [Geopolitics of Ukraine: history and modernity], no. 1 (24), pp. 18–26.
10. Fakhurdinova, M. (2020). *Koronavirus i yednist u YeS: vchytys na pomylkakh derzhav maie i Ukraina* [Coronavirus and unity in the EU: Ukraine also has to learn from the mistakes of states]. *Den* [Day]. Available at : <https://day.kyiv.ua/uk/article/den-planety-svitovi-dyskusi-yi/koronavirus-i-yednist-u-yes>.
11. Biliavskiy, M. (2020). *Heopolityka pandemii: svit pislia koronavirusa ne bude kolyshnim. Piat stsensariiev* [Geopolitics of the pandemic: the world after the coronavirus will not be the same. Five scenarios]. Available at : <https://razumkov.org.ua/statti/geopolityka-pandemii-svit-pislia-koronavirusa-ne-bude-kolyshnim-piat-stsenariiv>.
12. Eucouncil (2021). A new strategic agenda 2019–2024. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/media/39914/a-new-strategic-agenda-2019-2024.pdf>.
13. Europe Daily Bulletin, No. 12346 (11/10/2019).
14. European Committee of the Regions (2020). “EU Budget risks being a failure for people and a gift to populism” warns CoR President Apostolos Tzitzikostas. Available at : <https://cor.europa.eu/en/news/Pages/EU-Budget-risks-being-a-failure-for-people-and-a-gift-to-populism-warns-CoR-President-Apostolos-Tzitzikostas-.aspx>.
15. Eucouncil (2020). Video conference of the members of the European Council, 10 March 2020. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/en/meetings/european-council/2020/03/10>.
16. Eucouncil (2020). Video conference of the members of the European Council, 17 March 2020. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/en/meetings/european-council/2020/03/17>.
17. Eucouncil (2020). Joint statement of the members of the European Council, 26 March 2020. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2020/03/26/joint-statement-of-the-members-of-the-european-council-26-march-2020>.
18. Eucouncil (2020). A Roadmap for Recovery. Towards a more resilient, sustainable and fair Europe. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/media/43384/roadmap-for-recovery-final-21-04-2020.pdf>.
19. Valero, Jorge (2020). Commission puts forward massive €750bn stimulus against corona-crisis. Available at : <https://www.euractiv.com/section/economy-jobs/news/commission-puts-forward-massive-e750bn-stimulus-against-corona-crisis>.
20. Valero, Jorge (2020). ESM corona-loans expected to be available from May 15. Euractiv, 9 May 2020. Available at : <https://www.euractiv.com/section/economy-jobs/news/esm-corona-loans-expected-to-be-available-from-may-15>.

www.euractiv.com/section/economy-jobs/news/esm-corona-loans-expected-to-be-available-from-15-may.

21. Eucouncil (2020). COVID-19: Council adopts temporary support to mitigate unemployment risks in an emergency (SURE). Available at : <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2020/05/19/covid-19-council-reaches-political-agreement-on-temporary-support-to-mitigate-unemployment-risks-in-an-emergency-sure>.

22. Charles, Michel (2020). Main results. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/en/meetings/european-council/2020/07/17-21>.

23. Eucouncil (2020). Special meeting of the European Council. Available at : <https://www.consilium.europa.eu/media/45910/021020-eu-co-final-conclusions.pdf>.

24. Eucouncil (2020). Statement by President Charles Michel at the end of the European Council meeting and Euro summit on 10 and 11 December 2020. Available at: <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2020/12/11/intervention-du-president-charles-michel-a-l-issue-des-reunions-du-conseil-europeen-et-du-sommet-de-la-zone-euro-des-10-et-11-decembre-2020>.

25. Bulletin Quotidien Europe (BQE). December 2020.

Objective. *The objective of the article is the evaluation of the strategy and management decisions of the European Union in the context of the 2020 pandemic, identification of the main advantages and disadvantages.*

Methods. *The following general scientific methods and techniques of cognition are used in the research process: theoretical generalization and comparison, analysis and synthesis, induction and deduction, grouping, abstraction.*

Results. *The study identifies the features of EU governance in the run-up to the pandemic (approval of the Strategic Agenda, which includes protection of citizens and freedoms, development of the economic base, creation of a greener, fairer and inclusive future, promotion of European interests and values in the world; UK with the EU; preparation of the EU budget), decision-making mechanisms by EU legislative and executive institutions are defined, namely by the European Council (setting priorities (limiting the spread of the virus, providing medical equipment and supplies, stimulating research, supporting economic measures, roadmap) recovery), approval of mechanisms for concerted action, adaptation of state aid rules, resolution of technical issues), by the European Commission (preparation of business support rules, formation of the First and Second investment packages, redistribution of the Fund jointly and severally (preparation of budget proposals), by the European Parliament (approval of packages of measures for the recovery of the EU economy, new approaches to the formation of health care and unemployment insurance systems, improvement of hospital infrastructure, etc.). The main changes in the European legislation aimed at overcoming the consequences of COVID 19 and the formation of a recovery strategy are identified, shortcomings (inertia in making urgent decisions) and advantages of EU governance processes in 2020 (timely response (from April 2020), high level coordination of actions, rapid adaptation of EU rules to new requirements, comprehensive use of the principle of flexibility, use of mechanisms for protection of strategic assets, etc.) are analyzed.*

Key words: *European Union, pandemic, strategy, European Commission, European Council, European Parliament, COVID 19, EU member state, policy, decision, GDP, budget.*

Надійшла до редакції 04.05.2021

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-37-42

JEL: K65

УДК [338.48-026.48]-1 (477) (045)

Коптева Т. С.,
аспірант

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: koptevatania36@donnuet.edu.ua

ТЕРИТОРІАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

UDC [338.48-026.48]-1 (477) (045)

Koptieva T. S.,
PhD student

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: koptevatania36@donnuet.edu.ua

TERRITORIAL FEATURES OF INBOUND TOURISM IN UKRAINE

Мета. Мета статті — Дослідити територіальні особливості в'їзного туризму в Україні, проаналізувати чинники, які будуть спрямовані на розвиток туристичної індустрії на території України.

Методи. Основні наукові результати роботи одержано з використанням комплексу загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, а саме: методи аналізу, синтезу, узагальнення, систематизації, абстракції та статистичного аналізу, порівняльний і графічний методи.

Результати. На розвиток в'їзного туризму в Україні впливають такі чинники: сприятливі природні умови; багата історико-культурна спадщина; наявність нормативно-правової бази для розвитку туризму; приналежність суспільно-географічних аспектів. Виявлено, що, згідно зі статистичними даними Державної прикордонної служби України, найбільша чисельність іноземних туристів спостерігалась за 2014–2017 рр. із таких країн: Молдова, Білорусь, Росія; передусім це обумовлено територіальною близькістю держав, схожістю традицій, релігій, мов та спорідненою історико-культурною спадщиною. За даними Всесвітньої туристичної організації, динаміка міжнародних туристичних прибуттів до України має хвилюподібний характер, найбільше прослідковується міжнародних туристичних прибуттів у 2017 році (14,23 тис. осіб), найменше — у 2015 р. (12,42 тис. осіб) щодо темпу приросту міжнародних туристичних прибуттів — найбільша частка у 2016 році (7,33 %) та 2017 році (6,75 %) і найменша частка у 2019 році (-5,42 %); головні чинники, що впливають на таку динаміку це політична ситуація на Сході України та епідемічна ситуація як в Україні, так і у світі.

Зазначено, що з метою покращення рівня розвитку туристичної індустрії в Україні необхідне проведення таких заходів: залучення державних коштів на реалізацію туристичної діяльності; удосконалення транспортної інфраструктури й аматорства; приділення уваги оздоровчо-рекреаційним ресурсам; залучення ефективної туристичної реклами.

Ключові слова: туризм, в'їзний туризм, туристичний потік, туристичний регіон, туристичний центр, розвиток, турист.

Постановка проблеми. На сьогодні туризм займає важливе місце для кожної держави світу. Щоб отримати дохід від туристичної індустрії, держава повинна вкладати кошти у розвиток інфраструктури курортів,

туристичних центрів, розроблення програм туристичного та рекламного бізнесу.

У XXI ст., столітті інноваційних технологій та відкриттів, усі найрозвиненіші держави світу надають перевагу в'їзному

© Т. С. Коптева, 2021

туризму. Це обумовлено отриманням високого прибутку, пришвидшує темпи розвитку економіки, сприяє запровадженню інноваційних технологій та інформатизації.

Саме тому кожна держава розробляє велику кількість заходів для ефективного розвитку туристичної індустрії. Щодо покращення економічного стану України у світовій економіці необхідно залучати певні заходи в туристичній індустрії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке коло питань розвитку міжнародного туризму в цілому та в'їзного туризму зокрема розглянуто у працях закордонних і вітчизняних вчених, з огляду актуальності та своєчасності зазначеної проблеми дослідження. Так, Г. О. Горіна [1] аналізує географічну структуру в'їзного туристичного потоку України та виокремлює основні причини його зниження.

Л. П. Дядечко при визначенні цілей державного регулювання та пріоритетних напрямів розвитку туристичного бізнесу наводить «як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчою й соціально-економічною ситуацією в країні та світі» [3, с. 21–22]. М. О. Жукова пропонує «увесь комплекс факторів, що впливають на розвиток в'їзного туризму, поділити на дві групи: фактори, що діють незалежно від діяльності організації в'їзного туризму; фактори, що сприяють розвитку в'їзного туризму, активно використовувані туристичними організаціями у своїй діяльності» [4, с. 34–35]. В. Ф. Кифяк стверджує, що всі види туризму за метою поїздки тісно переплітаються між собою і виокремити їх у чистому виді не завжди можливо. Наприклад, діловий туризм може поєднуватись із екскурсійним або спортивним, етнічний — з релігійним, екскурсійний — з рекреаційним і т. д. [6, с. 37–39].

Також дослідженнями щодо проблем розвитку в'їзного туризму займаються такі вчені: М. П. Мальська [7], О. П. Савіцька [8], Є. В. Смирнов [9], Т. І. Ткаченко [10], С. Ю. Цьохла [11].

З вищенаведених досліджень пропонуємо виокремити територіальні особливості

в'їзного туризму в Україні та чинники, які спонукають виникнення в'їзного туризму в Україні.

Мета статті — дослідити територіальні особливості в'їзного туризму в Україні, проаналізувати чинники, які будуть спрямовані на розвиток в'їзного туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині туризм розглядають в Україні як найперспективнішу галузь. Поступово збільшується кількість підприємств, які здійснюють діяльність в туристичній індустрії. Згідно із Законом України «Про туризм» держава проголошує туризм одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності [7].

Туризм за класифікацією доволі розгалужений і поділяється на класи, форми, види, має велику кількість напрямів. За видами туризм поділяється на міжнародний та національний, а в свою чергу міжнародний — на в'їзний та виїзний.

В'їзний туризм — це подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території виїзний туризм — подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни [5].

Чинники, які впливають на розвиток в'їзного туризму:

- сприятливі природні умови;
- багата або спільна історико-культурна спадщина;
- наявність нормативно-правової бази для розвитку туризму;
- територіальна близькість держав.

За даними Всесвітньої туристичної організації, динаміка міжнародних туристичних прибуттів до України має хвилюподібний характер; це спричинено нерівномірним прибуттям туристів до України.

За статистичними даними, порівняно за 2014–2017 рр. найбільше зафіксовано міжнародних туристичних прибуттів у 2017 році — 14,23 тис. осіб, найменше у 2015 р. — 12,42 тис. осіб. Щодо темпу приросту міжнародних туристичних прибуттів прослідковується найбільша частка у 2016 році — 7,33 % та 2017 році 6,75 % і найменша частка у 2019 році — 5,42 % (рис. 1).

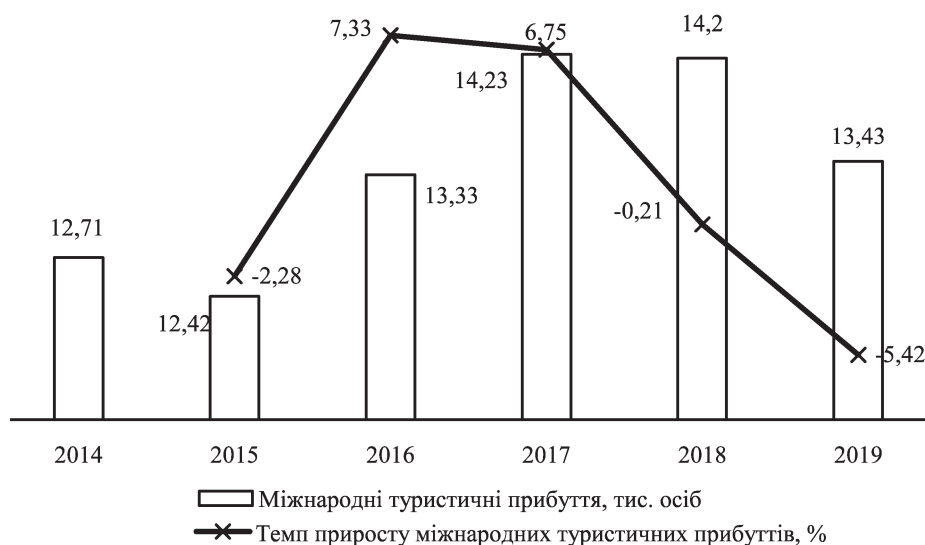


Рис. 1. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів до України, 2014–2019 рр. (розроблено автором за даними [12; 13; 14; 15])

На збільшення міжнародних туристичних прибуттів та їх темп приросту впливає низка чинників: збільшення кількості туристичних підприємств, підвищення рівня інформації щодо туристичної пропозиції за допомогою інформаційних технологій та мережі Internet, підвищення якості послуг в туристичній індустрії та привабливість низької цінової політики. Такі чинники, як нестабільна політична ситуація на Сході України та епідемічна ситуація в Україні, яка виникла за рахунок інфекційного захворювання Covid 19, істотно зменшує кількість міжнародних туристичних прибуттів до України та їх темп приросту.

За статистичними даними Державної служби статистики України, найбільша чи-

сельність в'їзду іноземних громадян в Україну у 2017 році притаманна таким країнам: Білорусь (2 727 645), Молдова (4 435 664), Польща (1 144 249), Росія (1 464 764), Угорщина (1 119 446) [4] (табл. 1).

Порівняльна характеристика статистичними даними Державної служби статистики України 2014–2017 рр. стверджує, що найбільше іноземних туристів прибуває до України із Молдови, Білорусі, Росії, Польщі. Порівняно із 2014 роком у 2017 році до України збільшився туристичний потік із Ізраїлю, Туреччини, Білорусі та Німеччини. І навпаки зменшився туристичний потік з таких країн, як Росія та Словаччина (табл. 1). Передусім на це вплинула політична ситуація на Сході України, що складалася між Україною та Росією.

Таблиця 1

Географічна структура в'їзного туристичного потоку України, 2014–2017 рр. (розроблено автором за даними [2])

Рейтинг 2017 р.	Назва країни	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення до 2014 р., %
1	Молдова	4 368355	4 393528	4 296409	4 435664	1,54
2	Білорусь	1 592935	1 891518	1 822261	2 727645	71,2
3	Росія	2 362982	1 231035	1 473633	1 469764	-37,8
4	Польща	1 123945	1 156011	1 195163	1 144249	1,81
5	Угорщина	874184	1 070035	1 269653	1 119446	28,06
6	Румунія	584774	763228	774585	791116	35,3
7	Словаччина	416158	412519	410508	366249	-12
8	Туреччина	116302	140691	199618	270695	133
9	Ізраїль	101799	149386	216638	261486	157
10	Німеччина	131244	154498	171118	209447	60

Загалом на рівень чисельності в'їзду іноземних громадян в Україну у 2017 році мали вплив низка чинників, а саме близьке у географічне розташування держав щодо України, схожість традицій, релігій та мов, що спонукає до пізнання історико-культурної спадщини, зростання розвитку зеленого, сільського, екотуризму, сприятливі природні умови території і привабливі низькі ціни на туристичні послуги.

Щоб покращити рівень розвитку туристичної індустрії в Україні, насамперед, потрібно залучати державі більше коштів на реалізацію туризму в Україні, розвивати транспортну інфраструктуру, залучати більше центрів дозвілля, розваг, звернути увагу на оздоровчо-рекреаційні ресурси, спростити державний митний та візовий контроль, ефективніше залучати туристичну рекламу.

Висновки. Дослідивши територіальні особливості в'їзного туризму в Україну, можна сказати, що в'їзний туризм займає щільне місце в туристичній індустрії. Україна має великий потенціал для розвитку в'їзного туризму, насамперед, на це впливають сприятливі природні умови, культурно-історичні цінності, оздоровчі курорти, але для держави виникає завдання більш якісніше розвивати інфраструктуру та спростити митний і візовий контроль.

За результатами дослідження статистичних даних Державної служби статистики України, найбільша чисельність іноземних туристів спостерігалась за 2014–2017 рр. із таких країн: Молдова, Білорусь, Росія. На таку динаміку сприяє низка чинників: територіальна близькість держав, схожість традицій, релігій та мов, споріднена історико-культурна спадщина, наявність унікальних туристичних центрів.

За даними Всесвітньої туристичної організації, динаміка міжнародних туристичних прибуттів до України має хвильоподібний характер, найбільше прослідковується міжнародних туристичних прибуттів у 2017 р. — (14,23 тис. осіб), найменше — у 2015 р. (12,42 тис. осіб) і темп приросту міжнародних туристичних прибуттів найбільша частка у 2016 році (7,33 %) та 2017

році (6,75 %) і найменша частка у 2019 році (–5,42 %). За графіком (рис. 1) можемо свідчити, що у 2019 році міжнародні туристичні прибуття до України відносно зменшились і це насамперед зумовлено політичною ситуацією на Сході України та епідемічною ситуацією як в Україні, так і в світі. Тому, щоб збільшити чисельність іноземних туристів до України, потрібно залучати альтернативні шляхи розвитку туризму в туристичній індустрії.

Список літератури

1. Горіна Г. О. Місце України на міжнародному туристичному ринку. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2014. № 3 (65). С. 61–66.
2. Державна служба статистики України URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 14 листопада 2020 р.).
3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
4. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации. М. : Финансы и статистика, 2016. 200 с.
5. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 №325/95-ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324%20/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 25.10.2020).
6. Кифяк В. Ф. Організація туризму : навч. посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2008. 334 с.
7. Мальська, М. П., Гришук А. М., Масьок Ю. О. Впровадження зарубіжного досвіду стратегічного управління розвитком туризму: можливості та перспективи для України. *Економічний часопис-XXI*. 2015. № 155 (11–12). С. 78–81.
8. Савіцька О. П., Савіцька Н. В. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*. 2013. № 754. С. 68–74.
9. Смирнов Є. В., Смирнова О. П. Стратегічні імперативи розвитку туристичної галузі України. *Економіка та держава*. 2016. № 8. С. 28–34.

10. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : [монографія]. К. : КНТЕУ, 2006. 537 с.

11. Цьохла С. Ю. Активізація та розвиток інвестиційної діяльності у сфері курортно-рекреаційного господарства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2008. № 22. С. 6–10.

12. UNWTO (2017). Tourism Highlights. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (accessed date 14.11.2020).

13. UNWTO (2018). Tourism Highlights. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (accessed date 14.11.2020).

14. UNWTO (2019). Tourism Highlights. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (accessed date 14.11.2020).

15. UNWTO (2020). Tourism Highlights. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (accessed date 14.11.2020).

References

1. Gorina, G. O. (2014). *Mistse Ukrainy na mizhnarodnomu turystychnomu rynku* [Place of Ukraine in the international tourism market]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli* [Scientific Bulletin of PUET], vol. 3 (65), pp. 205–212.

2. State Statistics Service of Ukraine. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 14 November 2020).

3. Diadechko, L. P. (2007). *Ekonomika turystychnoho biznesu* [Economics of tourism business]. Kyiv, Tsentru uchbovoyi literatury, 224 p.

4. Zhukova, M. A. (2016). *Industriya turizma: menedzhment organizatsii* [Tourism Industry: Management of Organization]. Moscow, Finansy i statistika Publ., 200 p.

5. The Verkhovna Rada of Ukraine. The Law of Ukraine “On tourism”. Available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324%20/95-%D0%B2%D1%80> (accessed 25 October 2020).

6. Kyfiak, V. F. (2008). *Orhanizatsiia turyzmu* [Organization of tourism]. Chernivtsi, Knyhy-XXI Publ., 334 p.

7. Malska, M. P., Hryshchuk, A. M. & Masiuk, Yu. O. (2015). *Vprovadzhennia zaru-bizhnogo dosvidu stratehichnogo upravlinnia rozvytkom turyzmu: mozhlyvosti ta perspektyvy dlia Ukrainy* [Implementation of international experience in strategic management of tourism development: opportunities and prospects for Ukraine]. *Ekonomichni chasopys-XXI* [Economic Annals-XXI], no. 155 (11–12), pp. 78–81.

8. Savitska, O. P., Savitska N. V. (2013). *Stratehiia rozvytku turystychnoi industrii v Ukraini: rehionalni aspekty* [Strategy of developing tourism industry in Ukraine: regional aspects]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»* [Bulletin of Lviv Polytechnic National University], no. 754, pp. 68–74.

9. Smyrnov, Ye.V., Smyrnova, O. P. (2016). *Stratehichni imperatyvy rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy* [Strategic imperatives of development of tourism in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and State], no. 8, pp. 28–34.

10. Tkachenko, T. I. (2006). *Stalyj rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu* [Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities]. Kyiv, 537 p.

11. Tsokhla, S. Yu.(2008). *Aktivizatsiia ta rozvytok investytsijnoi diialnosti v sferi kurortno-rekreatsijnoho hospodarstva* [Activation and development of investment activity in the field of resort and recreational economy]. *Investytsii: praktyka ta dosvid* [Investments: practice and experience], no. 22, pp. 6–10.

12. UNWTO (2017). Tourism Highlights. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (accessed 14.11.2020).

13. UNWTO (2018). Tourism Highlights. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (accessed 14.11.2020).

14. UNWTO (2019). Tourism Highlights. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (accessed 14.11.2020).

15. UNWTO (2020). Tourism High- pdf/10.18111/9789284419029 (accessed
lights. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/> 14.11.2020).

Objective. *The objective of the article is to investigate the territorial features of inbound tourism in Ukraine, analyze and develop measures that will be aimed at the development of the tourism industry in Ukraine.*

Methods. *The main scientific results of the work are obtained using a set of general scientific and special research methods, namely: methods of analysis, synthesis, generalization, systematization, abstraction and statistical analysis, comparative and graphical methods.*

Results. *The development of inbound tourism in Ukraine is influenced by the following factors: favourable natural conditions; rich historical and cultural heritage; availability of regulatory framework for tourism development; belonging to socio-geographical aspects. It is revealed that, according to the statistics of the State Border Guard Service of Ukraine, the largest number of foreign tourists was observed in 2014–2017 from such countries as Moldova, Belarus, Russia. Primarily, it was due to the territorial proximity of states, similarities of traditions, religions, languages and related historical and cultural heritage.*

According to the World Tourism Organization, the dynamics of international tourist arrivals in Ukraine is wave-like, the most observed international tourist arrivals were in 2017 (14.23 thousand people), the least — in 2015 (12.42 thousand people) and the growth rate of international tourist arrivals share in 2016 (7.33 %) and 2017 (6.75 %) and the least frequent in 2019 (-5.42 %). The main factors that contribute to such dynamics are the political situation in eastern Ukraine and the epidemic situation as in Ukraine and in the world.

It is noted that in order to improve the level of development of the tourism industry in Ukraine, it is necessary to carry out the following measures as attracting public funds for the implementation of tourism activities, improvement of transport infrastructure and amateurism, paying attention to health and recreational resources and attracting effective tourist advertising.

Key words: *tourism, inbound tourism, tourist flow, tourist region, tourist centre, development, tourist.*

Надійшла до редакції 04.05.2021

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-43-54

JEL M21, Z32

УДК 005.511:338.46 (477)

Ніколайчук О. А.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail : nikolaichuk@donnuet.edu.ua

Лебеденко Т. Є.,

Одеська національна академія харчових технологій

д-р тех. наук, професор

Герасименко К. О., студент

e-mail : gerasimenko@donnuet.edu.ua

Бондаренко К. В., студент

e-mail : bondarenko_k@donnuet.edu.ua

**ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ**

UDC 005.511:338.46 (477)

Nikolaichuk O. A.,
PhD in Economic Sciences,
Associate Professor

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine
e-mail: nikolaichuk@donnuet.edu.ua

Lebedenko T. E.,

Odessa National Academy
of Food Technologies

**Grand PhD in Technical
Sciences, Professor**

Herasymenko K. O., Student

e-mail : gerasimenko@donnuet.edu.ua

Bondarenko K. V., Student

e-mail : bondarenko_k@donnuet.edu.ua

**JUSTIFICATION OF STRATEGIC DIRECTIONS OF INCREASING
THE COMPETITIVENESS OF THE HOTEL AND
RESTAURANT INDUSTRY OF UKRAINE**

***Мета.** Мета статті — проаналізувати сучасний стан конкурентоспроможності та визначити стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанної індустрії України.*

***Методи.** З метою досягнення поставлених завдань та мети у роботі використовувалися такі методи дослідження: системний і комплексний аналіз (для виокремлення тенденцій розвитку закладів готельно-ресторанного бізнесу), графічні й табличні методи (для наочного зображення статистичного матеріалу), абстрактно-логічний метод (для формулювання пропозицій та висновків).*

***Результати.** У результаті проведеного аналізу стану та конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу України в сучасних умовах встановлено: 1) аналіз динаміки кількості суб'єктів господарювання підприємств України у сфері тимчасового розміщення і організації харчування свідчить про зростання, що сигналізує про привабливість цієї сфери бізнесу; 2) за 2015–2019 рр. спостерігається нарощування вартісних показників реалізованої продукції — у 2,67 рази за всіма суб'єктами; 3) оцінка фінансових показників діяльності суб'єктів засвідчила нестабільність фінансового стану протягом досліджуваного періоду. Частка прибуткових підприємств галузі з 2015 до 2019 року знизилася з 71,6 до 70,5 %. За 9 місяців 2020 року кількість прибуткових суб'єктів становила лише 26,8 %, що свідчить про різкий негативний вплив пандемії на діяльність підприємств готельно-ресторанного сек-*

© О. А. Ніколайчук, Т. Є. Лебеденко, К. О. Герасименко, К. В. Бондаренко, 2021

тору. З метою зростання конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного бізнесу були запропоновані основні стратегічні напрямки, які включають загальнодержавні заходи (модернізація туристичної інфраструктури, маркетингові заходи щодо популяризації туристичного продукту, заходи щодо державної підтримки бізнесу, залучення інвестицій, сприяння розвитку нетрадиційних видів туризму) та заходи на мікрорівні (контроль за якістю послуг, заходи щодо збереження персоналу та підвищення кваліфікаційно-професійного рівня персоналу, удосконалення мотиваційного механізму, оптимізація бізнес-процесів та витрат, впровадження сучасних інформаційних технологій, створення хостельних мереж та ресторанних мереж з універсальним набором послуг і високим рівнем обслуговування розширення асортименту послуг, розвиток доставки, збільшення онлайн продажів).

Ключові слова: конкурентоспроможність, готельно-ресторанна індустрія, пандемія COVID.

Постановка проблеми. Сучасний готельно-ресторанний бізнес є галуззю, що динамічно розвивається і змінюється, що призводить до виникнення нових і ліквідації менш успішних існуючих суб'єктів ринку. Мінливість та непередбачуваність зовнішнього середовища, проблеми політичного та соціально-економічного характеру, складність регуляторного середовища й доступу до джерел фінансування, погіршення фінансово-економічного стану більшості готельно-ресторанних закладів через вплив пандемії призводять до посилення конкуренції серед них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження сучасного стану та чинників конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу знайшло місце у працях багатьох вітчизняних та іноземних вчених, зокрема Т. Баума, С. Г. Нездоймінова, В. В. Галасюка, О. В. Шикіної, О. Ю. Давидова, Л. Д. Завідної, Т. Г. Ковальчук, Л. Ю. Матвійчука, О. І. Мілашовської, М. Смирнової, А. В. Гриняло, М. М. Удута, О. Якушева та ін. Вплив пандемії COVID-19 на функціонування готельно-ресторанного бізнесу вивчається у працях Р. Хатта, І. Петрашко, А. Пустової, К. Лагарда, А. Гуррія, В. Медечука, А. Амеліна, Я. Лаврика, В. Каценельсона, А. Блінова, Д. Моніна, Н. Корж, Н. Онищук, С. С. Беляєвої, О. Б. Куракіна, Л. Г. Бишовця, Н. Балацької та інших дослідників. Разом з тим ускладнення умов господарювання більшості закладів готельно-ресторанного бізнесу через вплив пандемії призводять до посилення конкуренції, що обумовлює актуальність цього напрямку дослідження.

Мета статті — проведення є аналізу сучасного стану та визначення стратегічних напрямів підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанної індустрії України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Динаміка кількості суб'єктів господарювання підприємств України у сфері тимчасового розміщення й організації харчування (рис. 1) свідчить про позитивну динаміку показника протягом 2015–2019 рр. Основну кількість суб'єктів складають фізичні особи-підприємці (88 %). У цілому за 2017–2019 рр. спостерігається збільшення кількості суб'єктів, однак у період 2015–2016 рр. зменшення кількості суб'єктів становить 1,26 %, а за 2017–2019 рр. відбулося збільшення кількості суб'єктів на 21 %. Скорочення кількості суб'єктів господарювання протягом 2015–2017 рр. можна пояснити подіями 2014 року: Революція Гідності, анексія АРК Крим, військові події на Сході України. Починаючи з 2017 р. спостерігається зростання кількості суб'єктів, що відбулося за рахунок відносно стабілізації становища в країні. Одним із факторів збільшення кількості суб'єктів господарювання у 2017–2019 рр. є проведення фіналу Ліги Чемпіонів. Побудовані лінії тренду мають високі показники адекватності (коефіцієнти кореляції 0,98 та 0,96), що свідчать про стійку тенденцію до зростання кількості суб'єктів господарювання в індустрії гостинності. Це свідчить про привабливість цієї сфери бізнесу.

Оцінка обсягів реалізації послуг готельно-ресторанної сфери України наведена на рис. 2 та у табл. 1.

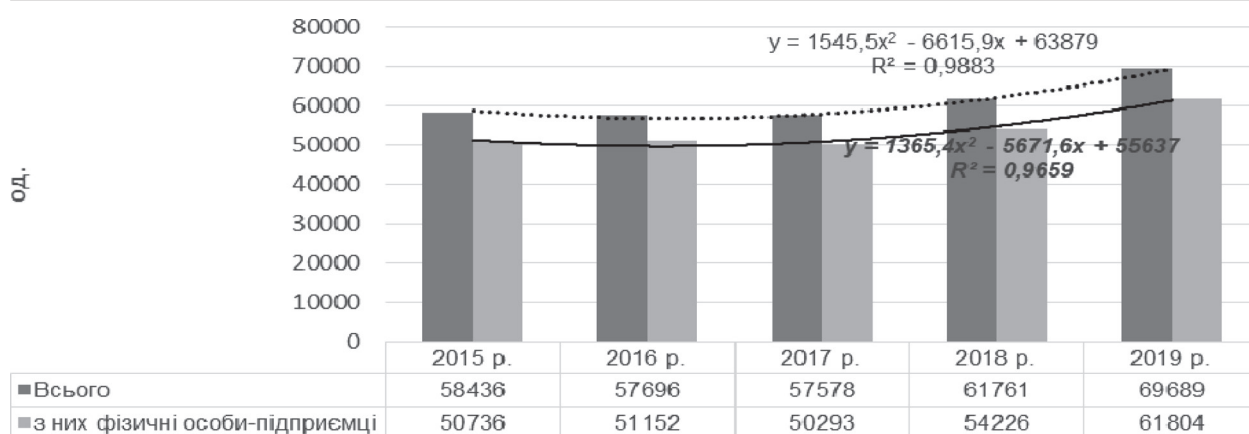


Рис. 1. Динаміка кількості суб'єктів господарювання у сфері тимчасового розміщування й організації харчування України за 2015–2019 рр. (побудовано за даними Держкомстату України [1])

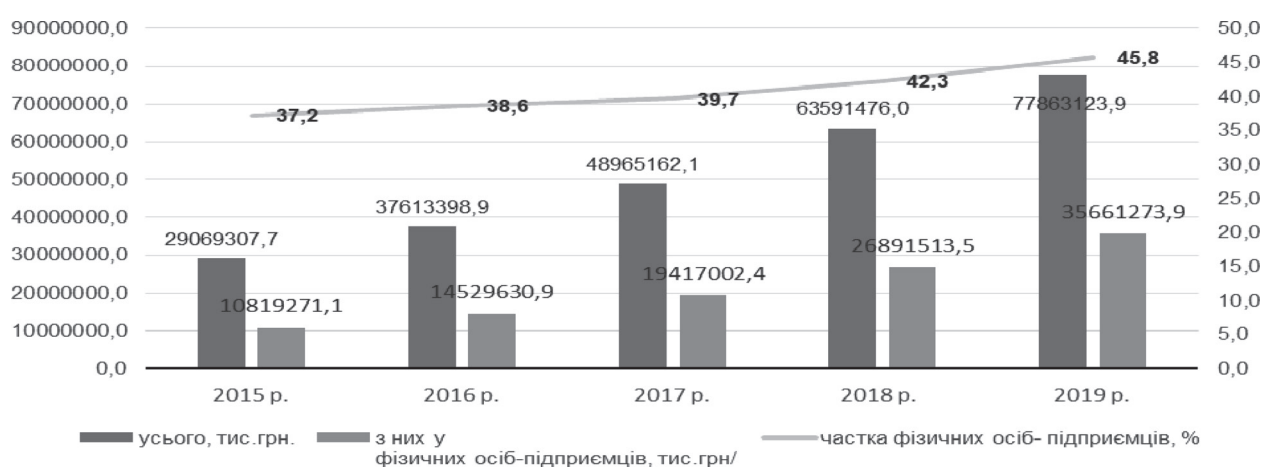


Рис. 2. Обсяг реалізації послуг готельно-ресторанної індустрії України (побудовано за даними Держкомстату України [1])

Таблиця 1

Обсяг реалізованої продукції суб'єктами господарювання у сфері тимчасового розміщування й організації харчування України за 2015–2019 рр. (побудовано за даними Держкомстату України [1])

Суб'єкти господарювання	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Темп зростання за 2015–2019 рр., %
Тимчасове розміщування						
усього, тис. грн.	7042819,1	9890466,3	12520921,6	15632734,2	17480443,0	248,20
з них у фізичних осіб- підприємців, тис. грн	1906547,4	2776604,5	3626417,2	4938342,7	5898677,3	309,39
частка фізичних осіб- підприємців, %	27,1	28,1	29,0	31,6	33,7	-
Діяльність із забезпечення стравами та напоями						
усього, тис. грн.	22026488,6	27722932,6	36444240,5	47958741,8	60382680,9	274,14
з них у фізичних осіб- підприємців, тис. грн	8912723,7	11753026,4	15790585,2	21953170,8	29762596,6	333,93
частка фізичних осіб- підприємців, %	40,5	42,4	43,3	45,8	49,3	-

Аналіз табл. 1 засвідчує приріст обсягів реалізованих послуг суб'єктами господарювання у сфері тимчасового розміщування й організації харчування за досліджуваний період в 2,67 рази, за ФОП відповідно у 3,29 рази. При чому за весь досліджуваний період показник зростає, що пояснюється в тому числі зростанням цін на послуги у зв'язку з інфляційними процесами. Значно зростає внесок ФОП у формування доходу від реалізації — від 37,2 % в 2015 р. до 45,8 % у 2019 р.

Тенденція приросту реалізації наданих послуг відмічається також для закладів з надання послуг з тимчасового розміщуван-

ня — у 2,5 рази за аналізований період та у 3,1 рази за ФОП. Частка ФОП теж зростає на 6,6 %/ Аналогічна тенденція притаманна для закладів із забезпечення стравами та напоями — у 2,74 рази за аналізований період та у 3,34 рази за ФОП. Частка ФОП є значно більшою і зростає на 8,8 % за весь період — до 49,3 %.

Далі було проаналізовано фінансово-економічні показники діяльності готельно-ресторанної індустрії. Динаміка чистого прибутку вітчизняних підприємств у сфері тимчасового розміщування й організації харчування (табл. 2) свідчить про від'ємну динаміку показника протягом 2015–2016 рр.

Таблиця 2

Чистий прибуток підприємств України у сфері тимчасового розміщування й організації харчування (побудовано за даними Держкомстату України [1])

Роки	Усього				
	чистий прибуток (збиток), тис. грн.	підприємства, які одержали прибуток		підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, тис. грн.	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, тис. грн.
2015	-6874869,7	71,6	670590,8	28,4	7545460,5
2016	-1983088,8	71,4	1505475,1	28,6	3488563,9
2017	1773481,4	69,3	4034334,2	30,7	2260852,8
2018	2350861,6	71,1	3858602,2	28,9	1507740,6
2019	4245604,3	70,5	5745343,1	29,5	1499738,8

З 2017 р. намітилася тенденція щодо отримання прибутку та його зростання у 2,4 рази в 2019 р.

Щодо частки прибуткових та збиткових підприємств, то спостерігається зменшення частки прибуткових підприємств в галузі з 71,6 % в 2015 р. до 70,5 % в 2019 р. Однак за результатами діяльності суб'єктів за 9 місяців 2020 р. більша частина суб'єктів є збитковими — їх частка 73,2 %.

Щодо рентабельності операційної та всієї діяльності (рис. 3), то лише в 2017–2019 рр. вона набуває позитивних значень та зростає.

У зв'язку із пандемією COVID-19 за 9 місяців 2020 року рентабельність знизилась за всією діяльністю до рівня 19,3 %, а від операційної діяльності — до 12,7 %.

Пандемія COVID негативно вплинула на готельно-ресторанний бізнес, що підтвер-

джується даними щодо фінансових результатів діяльності підприємств у 2020 році.

Аналіз наукової літератури та інтернет-джерел підтвердив погіршення умов функціонування суб'єктів. Так, перший та другий квартали 2020 року ознаменувались характерним занепадом готельно-ресторанного бізнесу. На початок липня, з послабленням карантинних обмежень, лише 86 % кафе та ресторанів мали змогу відновити свою роботу та частково адаптуватись до нових умов функціонування. Згідно з проведеним опитуванням української асоціації ресторанів, 18 % закладів працювали на літніх майданчиках, 18 % комбінували літні тераси та доставку, 16 % працювали на доставку, приймаючи гостей і в залі, і на відкритих майданчиках, а 13 % не працювали із доставкою, віддаючи перевагу роботі у залі та на терасі, 8 % закладів працювали лише на доставку і 11 % не функціону-

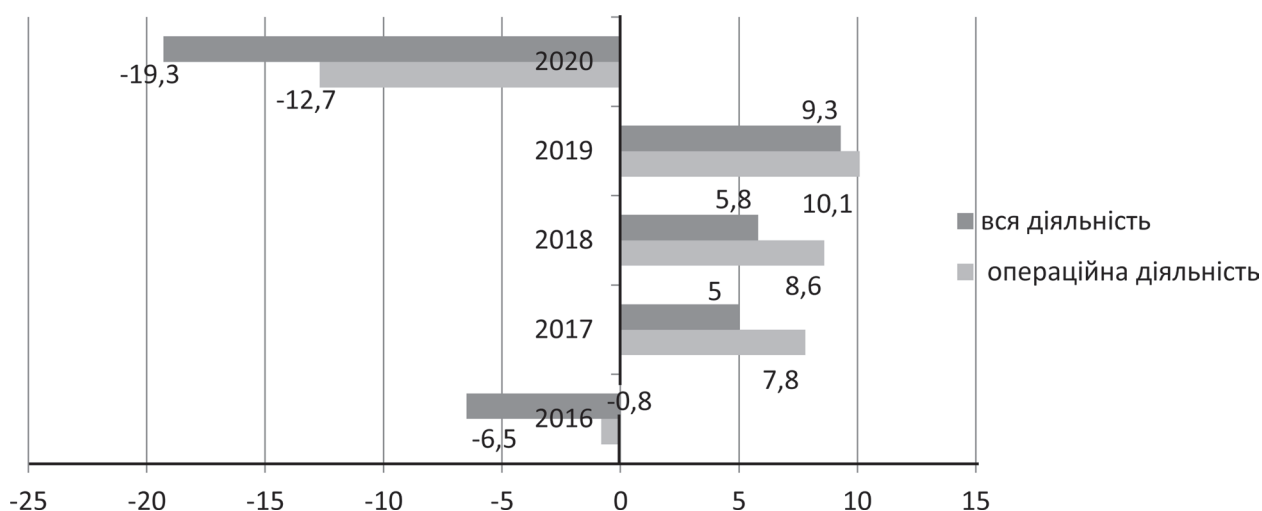


Рис. 3. Рентабельність операційної та всієї діяльності підприємств України у сфері тимчасового розміщення й організації харчування за 2016 р. — 9 міс. 2020 р. (побудовано за даними Держкомстату України [1])

вали у червні [2–7]. Готельна сфера потерпіла більших втрат та переживала повне закриття у той період, адже готелі не мали змоги працювати «на виніс» або доставку.

Нами були систематизовані основні проблеми розвитку закладів готельно-ресторанного бізнесу Україні, серед яких найбільш значущими є: скорочення платоспроможного попиту на послуги, відсутність ефективної державної підтримки бізнесу, невисока якість послуг, їх невідповідність міжнародним стандартам, регіональна диференціація розвитку, недосконалість матеріально-технічної бази та ін. [2; 8].

Слід підкреслити, що має місце значна регіональна диференціація розміщення

кількості діючих підприємств у готельно-ресторанній індустрії. Так, за даними Держкомстату України станом на 01.11.2020 р., за КВЕД «Тимчасове розміщення та організація харчування» діяло 8039 підприємств у сфері організації харчування та тимчасового розміщення зосереджується у м. Київ, Львівській, Одеській, Харківській, Київській, Дніпропетровській, Запорізькій, Миколаївській, Херсонській, Закарпатській областях (табл. 3), що пов'язано з активним туристичним потоком, наявністю розвинених культурно-розважальних закладів та порівняно вищим економічним становищем вказаних регіонів.

Таблиця 3

ТОП-10 регіонів України за кількістю активних підприємств за регіонами за КВЕД «Тимчасове розміщення та організація харчування» (побудовано за даними Держкомстату України на 01.11.2020 р. [1])

Області	Кількість діючих підприємств	Частка у загальній кількості за КВЕД «Тимчасове розміщення та організація громадського харчування», %
м. Київ	2156	26,82
Львівська	816	10,15
Одеська	747	9,29
Харківська	508	6,32
Київська	416	5,17
Дніпропетровська	413	5,14
Запорізька	397	4,94
Миколаївська	241	3,00
Херсонська	234	2,91
Закарпатська	226	2,81

Найнижчі показники в абсолютному виразі зафіксовані в таких регіонах: Рівненська, Житомирська, Чернівецька, Кіровоградська, Тернопільська області. Ці регіони потребують залучення інвестиційних ресурсів для розвитку туризму та готельно-ресторанної індустрії.

Для вирішення виявлених проблем нами було запропоновано основні напрямки підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу України, які наведено на рис. 4. Стратегічні напрями розвитку можна поділити на загальнодержавні та на рівні окремих суб'єктів господарювання. До загальнодержавних заходів слід віднести:

— модернізацію туристичної інфраструктури для залучення більшого туристичного потоку;

— маркетингові заходи щодо популяризації туристичного продукту. Особливо це є актуальним в сучасних умовах, адже пандемія COVID-19 призвела до скорочення іноземного й міжнародного туризму та переорієнтацією українських туристів більшою мірою на внутрішній туризм. Тому ці заходи призведуть до збільшення попиту на вітчизняні туристичні та готельно-ресторанні послуги, сприятимуть розвитку трансформативних подорожей (комбінування ділових подорожей та розваг — волонтерство, культурний обмін, заходи з командоутворення), івент-подорожей тощо);

— заходи щодо державної підтримки бізнесу (продовження податкових пільг в умовах карантинних обмежень, створення сприятливого інвестиційного клімату, організаційно-правова підтримка, збільшення державних інвестицій, впровадження механізмів державного-приватного партнерства, впровадження сучасних технологій управління в секторі туризму та гостинності і т. ін.);

— залучення інвестицій, особливо в регіони з низькими показниками розвитку готельно-ресторанної індустрії;

— введення єдиної системи категоризації готелів за європейськими стандартами;

— сприяння розвитку нетрадиційних видів туризму.

До заходів підвищення конкурентоспроможності на рівні суб'єктів готельного бізнесу слід віднести:

— дотримання підвищених санітарно-гігієнічних норм;

— формування в Україні міжнародних та національних брендів економ-класу (2–3 зірки, вартість проживання не буде перевищувати 30–35 євро на добу);

— впровадження заходів щодо підвищення конкурентоспроможності для домінування національних мереж над міжнародними;

— вихід національних готельних мереж на світовий рівень;

— розширення переліку брендів, які об'єднують національні готельні мережі, що дозволить охопити більші частини ринку готельних послуг тощо;

— можливість модернізації існуючих готелів в єдину мережу з універсальним набором послуг;

— впровадження можливості безкоштовної відміни бронювання в умовах карантинних обмежень;

— оптимізація бізнес-процесів та витрат для поліпшення фінансово-економічного стану суб'єктів господарювання;

— заходи щодо збереження персоналу в умовах карантину та підвищення кваліфікаційно-професійного рівня персоналу, удосконалення мотиваційного механізму;

— перегляд асортименту послуг та впровадження послуг, що актуальні в нових умовах;

— підвищення якості послуг на основі дотримання міжнародних стандартів обслуговування;

— активна маркетингова діяльність на основі цифрових інструментів інтернет-маркетингу. На сьогодні найбільш затребуваним способом є Інтернет. Використання SMM (Social Media Marketing) дозволить популяризувати готельну індустрію серед тієї маси людей, що зацікавлені цим, адже сучасні технології дозволяють налаштовувати рекламні промоакції, прив'язуючись до регулярних запитів людини у браузері. Тобто реклама буде автоматично з'являтися лише у необхідній цільовій аудиторії;

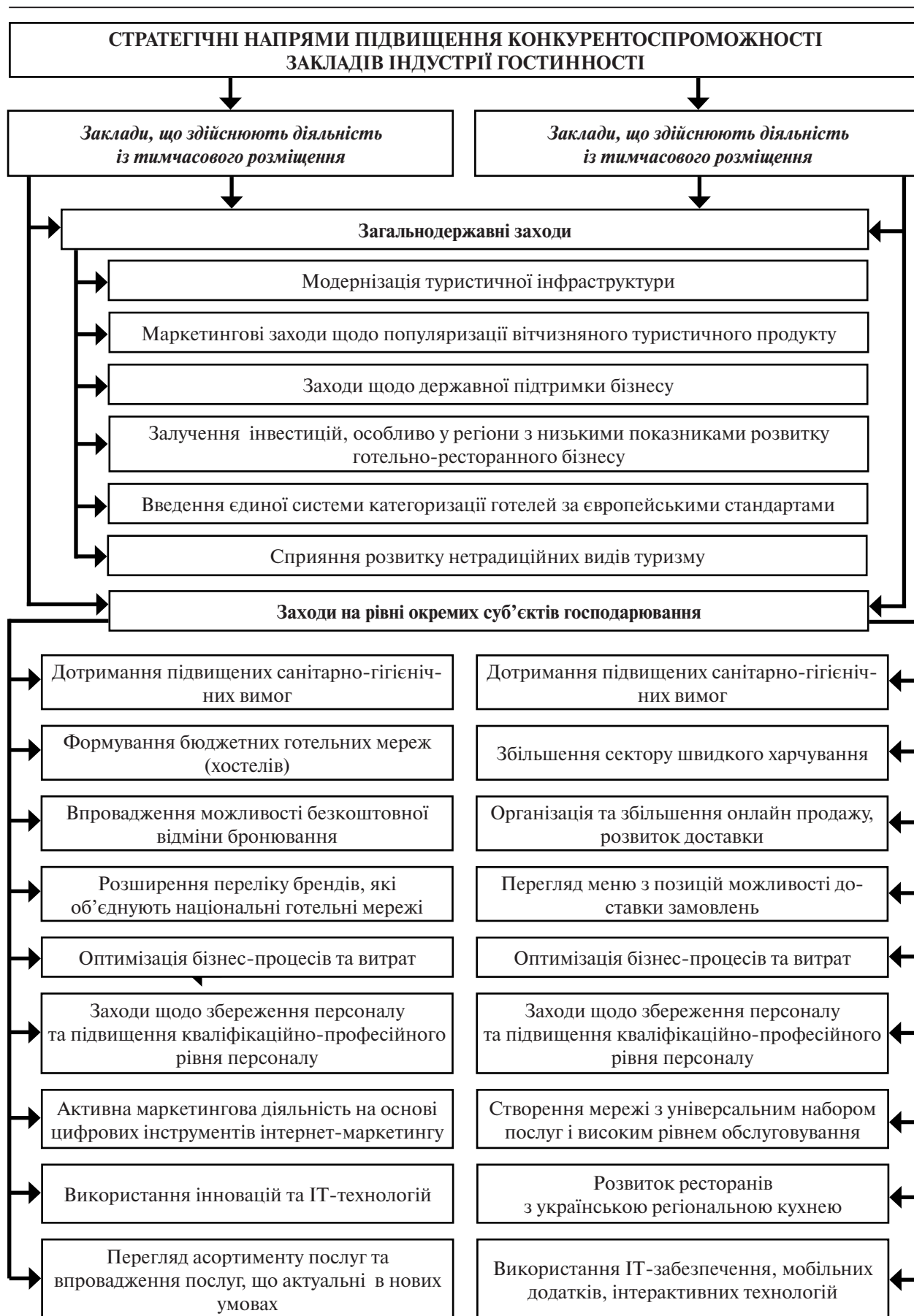


Рис. 4. Напрями підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу України (складено авторами)

— орієнтація на інноваційні шляхи розвитку та забезпечення конкурентних переваг.

Стратегія підвищення конкурентоспроможності готельного сектору має спрямовуватись на розробку заходів реалізації інновацій з урахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів і наявних ресурсів. Готельні мережі потребують встановлення власних нормативів і стандартів оформлення усіх приміщень готелю, технології і стандарти обслуговування, а також власну систему підготовки і підвищення кваліфікації персоналу.

На теперішній час в Україні не вистачає такої готельної мережі, яка б задовольнила споживчий попит більшої частини населення — готелів бюджетного сектору без категорії, тобто хостелів. Необхідність наявності саме подібних засобів розміщення обумовлена тим, що в цілому пропоновані готельними ланцюгами послуги розраховані на доволі заможний клас споживачів. У той же час, потенційна модель споживчого попиту найбільш мобільної і такої доволі масової категорії туристів-споживачів бюджетних готельних послуг, як молодь знаходиться майже поза увагою готельєрів [9]

Аналіз літератури [3, 11–14] показав актуальність впровадження інновацій на основі роботизації, чат-ботів, ІТ-технологій, що дає можливість суттєво скоротити витрати. Так, з метою автоматизації процесів комунікації відвідувачів з персоналом такі великі готельні мережі, як Hyatt, Starwood, Marriott, GRT hotels, Accor Hotels впровадили своїх чат-ботів в якості каналів зв'язку зі службою обслуговування клієнтів. Застосування такої технології дозволяє опрацювати до 90 % запитів без втручання персоналу готелю і суттєво заощаджувати [15–17].

Основними напрямками підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства є:

— дотримання підвищених санітарно-гігієнічних вимог;

— збільшення сектору швидкого харчування, що особливо актуально в сучасних карантинних обмеженнях;

— організація та збільшення онлайн продажу, розвиток доставки. Ця діяльність

була найбільш затребуваною під час карантинних обмежень. Завдяки цьому ресторани господарства України почали розвивати власні служби доставки або співпрацювати із міжнародними додатками Raketa, Glovo, Delivery.com;

— перегляд меню з позицій можливості доставки замовлень;

— оптимізація бізнес-процесів та витрат для поліпшення фінансово-економічного стану суб'єктів господарювання;

— заходи щодо збереження персоналу та підвищення кваліфікаційно-професійного рівня персоналу;

— створення ресторанних мереж з універсальним набором послуг і високим рівнем обслуговування;

— розвиток ресторанів з українською регіональною кухнею;

— використання ІТ-забезпечення, мобільних додатків, інтерактивних технологій.

Так, використання QR-кодів на сьогодні стає все більш частою практикою у закладах ресторанного господарства. Його розміщують безпосередньо на столиках у закладі із поясненням про користування. Для того щоб отримати інформацію за QR-кодом, необхідно використати свій смартфон, навести камеру та перейти за посиланням до автоматичного відкриття сторінки із можливими функціями. Українські заклади використовують такі функції, як огляд меню, інформація про знижки та відгуки про заклад. Але можливо використовувати ще і такі функції, як замовлення за свій столик, дані про офіціанта та можливість залишити чайові, запрошення на заходи у закладі.

Використання цифрового меню, сенсорних планшетів, POS-систем та інших інтерактивних технологій — це потреба сьогодення вітчизняного ресторанного бізнесу, адже це є найефективнішим методом вирішення проблеми персоналу в майбутньому, призводить до відсутності необхідності очікування офіціанта для оформлення замовлення, виключаючи помилки [18–19].

Перспективним є використання RFID-технології. Суть технології полягає в розміщенні поблизу ресторанів RFID-міток, які

можуть зчитуватися спеціальними портативними пристроями за допомогою Wi-Fi, Bluetooth або мобільного зв'язку. В наслідок цього власник портативного пристрою отримує можливість переглянути меню, дізнатися про наявність вільних місць, системи знижок і бонусів і т. д. У свою чергу, для закладу ресторанного закладу — це можливість зекономити на рекламі [3; 20].

Висновки. У результаті проведеного аналізу стану та конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу України в сучасних умовах було виявлено, що за період 2015–2019 рр. спостерігається нарощування вартісних показників реалізованої продукції — у 2,67 раза за всіма суб'єктами. Оцінка фінансових показників діяльності суб'єктів засвідчила нестабільність фінансового стану протягом досліджуваного періоду. Оцінка прибутку підприємств тимчасового розміщення та харчування показала збитковість діяльності у 2015–2016 роках, тенденцію зміни у 2017 і подальше зростання у 2,4 раза до 2019 році. Частка прибуткових підприємств галузі з 2015 до 2019 року була знижена з 71,6 до 70,5 %. Однак за 9 місяців 2020 року кількість прибуткових суб'єктів становила лише 26,8 %, що свідчить про різкий негативний вплив пандемії на діяльність підприємств готельно-ресторанного сектору. Отже, діяльність готельно-ресторанних підприємств у 2015 році мала негативні тенденції, 2016–2019 роки охарактеризовані поліпшенням ефективності функціонування, вплив пандемії в 2020 р. призвів до підриву життєдіяльності готельно-ресторанного бізнесу.

Для вирішення зазначених проблем запропоновано концептуальні напрями підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанної індустрії, які включають загальнодержавні заходи (модернізація туристичної інфраструктури, маркетингові заходи щодо популяризації туристичного продукту, заходи щодо державної підтримки бізнесу, залучення інвестицій, сприяння розвитку нетрадиційних видів туризму) та заходи на мікрорівні (контроль за якістю послуг, заходи щодо збереження персоналу та

підвищення кваліфікаційно-професійного рівня персоналу, удосконалення мотиваційного механізму, оптимізація бізнес-процесів та витрат, впровадження сучасних інформаційних технологій, створення хостельних мереж та ресторанних мереж з універсальним набором послуг і високим рівнем обслуговування розширення асортименту послуг, розвиток доставки, збільшення онлайн продажу). Таким чином, впровадження пропонувані заходів, тісна співпраця держави та суб'єктів господарювання сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного бізнесу.

Список літератури

1. Державний комітет статистики України. URL : <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 26.04.2021).
2. Ніколайчук О. А., Герасименко К. О., Шульженко І. В. Організаційно-правові та економічні проблеми функціонування готельно-ресторанного бізнесу в умовах COVID-19. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2020. № 4 (14). С. 25–34.
3. Ніколайчук О. А., Приймак Н. С., Сімакова О. О., Слащева А. В. Інформаційне обслуговування на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу: сучасний стан та перспективи. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 886. С. 37–43.
4. Настич І. Падіння завантаженості, зниження Rack rates та складне відновлення: готельний бізнес під час COVID 19. 14.09.2020. URL : https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/padinnya_zavantazhenosti_znizhennya_rack_rates_ta_skladne_vidnovlennya_gotelniy_biznes_pid_chas_covid_19 (дата звернення: 26.04.2021).
5. Ринок готелів в Україні після карантину: ринок тільки починає відновлюватися. URL : <https://100realty.ua/uk/articles/rinok-goteliv-v-ukraini-pisla-karantinu-rinok-tilki-pocinae-vidnovluvatisa> (дата звернення: 26.04.2021)
6. Ресторанний бізнес: ринок в епоху COVID. URL : <http://bizrating.com.ua/20/articles/1328/index.html> (дата звернення: 26.04.2021).

7. Мало гостей і дуже жорсткі перевірки: як ресторанний бізнес пережив півроку карантину. URL : <https://delo.ua/business/kak-restorannyj-biznes-perezhil-pjat-mesjacevka-372150> (дата звернення: 26.04.2021).

8. Ковальчук Т. Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 23, ч. 1. С. 126–130. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvumtevscg_2019_23_%281_%29__28 (дата звернення: 26.04.2021).

9. Рябев А. А. Готельні та готельні мережі: дослідження задоволення споживчого попиту. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2016. № 2 (1). С. 94–101. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2016_2\(1\)_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2016_2(1)_18) (дата звернення: 26.04.2021).

10. Якушев О. Інноваційні технології в управлінні бізнес-процесами підприємств сфери готельно-ресторанних та туристичних послуг. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2020, Том 3. № 2. С. 195–208.

11. Baum, T. and Hai, N. T. T. (2020), «Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19». *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 32, No. 7, pp. 2397–2407. URL : <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0242>.

12. Kuo, C., Chen, C., Tseng, C. (2017). Investigating and innovative service with hospitality robots. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* 29 (5), pp. 1305–1321.

13. Osawa, H., et al. (2017). Analysis of robot hotel: reconstruction of works with robots. In: *International Symposium on Robot and Human Interactive Communication*, pp. 219–223.

14. Bazzano, F., Lamberti, F. (2018). Human-robot interfaces for interactive receptionist systems and wayfinding applications. *Robotics* 7 (3), p. 56.

15. 5 отелей, которые уже используют роботов и искусственный интеллект. URL : <https://holidex.ru/iskusstvennyj-intellekt-v-otele> (дата звернення: 26.04.2021).

16. Chatbots for hotels: How can you best use them today? URL : https://www.mediaconcepts.com/resources/chatbots_for_hotels.html.

URL : https://www.mediaconcepts.com/resources/chatbots_for_hotels.html. (дата звернення: 26.04.2021).

17. В отелях Radisson Blu появился консьерж бот. URL : <https://lenta.ru/news/2016/05/13/chatbot> (дата звернення: 26.04.2021)

18. Технології та інновації, які змінюють ресторанний бізнес. URL : <https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yaki-zminjunt-restorannij-biznes/>. (дата звернення: 26.04.2021)

19. Головні тренди у ресторанному бізнесі: обслуговування споживачів, сучасні технології, кулінарні вподобання. URL : <https://mealtime.com.ua/blog/golovni-trendy-u-restorannomu-biznesi> (дата звернення: 26.04.2021).

20. Що чекає ресторанний бізнес у 2021 році? URL : <https://mi100.info/2020/05/28/shho-chekaye-restorannij-biznes-u-2021-rotsi/> (дата звернення: 26.04.2021).

References

1. State Statistics Committee of Ukraine. Available at : <http://ukrstat.gov.ua>. (Accessed 26 Apr 2021).

2. Nikolaichuk, O. A., Herasymenko, K. O., Shulzhenko, I. V. (2020). *Orhanizatsiino-pravovi ta ekonomichni problemy funktsionuvannia hotelno-restorannoho biznesu v umovakh COVID-19* [Organizational, legal and economic problems of the hotel and restaurant business in the conditions of COVID-19]. *Ekonomichnyi zhurnal Odeskoho politekhnichnogo universytetu* [Economic Journal of Odesa Polytechnic University], no. 4 (14), pp. 25–34.

3. Nikolaichuk, O. A., Pryimak, N. S., Simakova, O. O., Slashcheva, A. V. (2020). *Informatsiine obsluhovuvannia na pidpriemstvakh hotelno-restorannoho biznesu: suchasnyi stan ta perspektyvy* [Information service at the hotel and restaurant business: current status and prospects]. *Investytsii: praktyka ta dosvid* [Investments: practice and experience], no. 886, pp. 37–43.

4. Nastych I. (2020). Falling congestion, lower Rack rates and a difficult recovery: the hotel business during COVID 19. Available at : https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_

nedvizhimost/padinnya_zavantazhenosti_znizhennya_rack_rates_ta_skladne_vidnovlennya_gotelniy_biznes_pid_chas_covid_19 (Accessed 26 Apr 2021).

5. Hotel market in Ukraine after quarantine: the market is just beginning to recover Available at : <https://100realty.ua/uk/articles/rinok-goteliv-v-ukraini-pisla-karantynu-rinok-tilki-pocinae-vidnovluvatisa> (accessed 26 Apr 2021).

6. Restaurant business: the market in the COVID era. Available at : <http://bizrating.com.ua/20/articles/1328/index.html> (accessed 26 Apr 2021).

7. Few guests and very strict checks: how the restaurant business survived six months of quarantine. Available at : <https://delo.ua/business/kak-restorannyj-biznes-perezhil-pjat-mesjacev-ka-372150> (accessed 26 Apr 2021).

8. Kovalchuk, T. H. (2019). *Perspektyvy rozvytku hotelno-restorannoho biznesu v Ukraini v umovakh hlobalizatsii svitovoho hospodarstva* [Prospects for the development of hotel and restaurant business in Ukraine in the context of globalization of the world economy]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo* [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy], no. 23 (1), pp. 126–130. Available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvu-umevcg_2019_23%281%29__28 (accessed 26 Apr 2021).

9. Riabiev, A. A. (2016). *Hotelni ta khostelni merezhi: doslidzhennia zadovolenia spozhyvchoho popytu* [Hotel and hostel networks: a study of consumer demand]. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidpriemnytstva* [Problems and prospects of entrepreneurship development], no. 2 (1), pp. 94–101. Available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2016_2\(1\)__18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2016_2(1)__18) (accessed 26 Apr 2021).

10. Yakushev, O. (2020). *Innovatsiini tekhnologii v upravlinni biznes-protsemy pidpriemstv sfery hotelno-restorannykh ta turystychnykh posluh* [Innovative technologies in business process management of enterprises in the field of hotel, restaurant and tourist ser-

vices]. *Restorannyi i hotelnyi konsal'tynh. Innovatsii* [Restaurant and hotel consulting. Innovations], vol. 3, no. 2, pp. 195–208.

11. Baum, T. and Hai, N. T. T. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 32, no. 7, pp. 2397–2407. Available at : <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0242>.

12. Kuo, C., Chen, C., Tseng, C. (2017). Investigating and innovative service with hospitality robots. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.*, no. 29 (5), pp. 1305–1321

13. Osawa, H., et al. (2017). Analysis of robot hotel: reconstruction of works with robots. In: *International Symposium on Robot and Human Interactive Communication*, pp. 219–223.

14. Bazzano, F., Lamberti, F. (2018). Human-robot interfaces for interactive receptionist systems and wayfinding applications. *Robotics* no. 7 (3), p. 56.

15. 5 hotels that already use robots and artificial intelligence. Available at : <https://holi-dex.ru/iskusstvennyj-intellekt-v-otele> (accessed 26 Apr 2021).

16. Chatbots for hotels: How can you best use them today? Available at : https://www.mediaconcepts.com/resources/chatbots_for_hotels.html (accessed 26 Apr 2021).

17. A concierge bot has appeared in Radisson Blu hotels. Available at : <https://lenta.ru/news/2016/05/13/chatbot> (accessed 26 Apr 2021).

18. Technologies and innovations that change the restaurant business. Available at : <https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yakizminjuzut-restorannij-biznes/> (Accessed 26 Apr 2021).

19. The main trends in the restaurant business: customer service, modern technology, culinary preferences. Available at : <https://mealtime.com.ua/blog/golovni-trendy-u-restorannomu-biznesi> (accessed 26 Apr 2021).

20. What awaits the restaurant business in 2021? Available at : <https://mi100.info/2020/05/28/shho-chekaye-restorannyj-biznes-u-2021-rotsi> (accessed 26 Apr 2021).

Objective. *The objective of the article is the analysis of the current state of competitiveness and determination of strategic directions for increasing the competitiveness of the hotel and restaurant industry of Ukraine.*

Methods. *In order to achieve the objectives and goals, the following research methods are used: systematic and comprehensive analysis (to identify trends in hotel and restaurant business), graphical and tabular methods (for a visual representation of statistical material), abstract-logical method (for formulating proposals and conclusions).*

Results. *As a result of the analysis of the state and competitiveness of the hotel and restaurant business of Ukraine in modern conditions, it is established: 1) analysis of the dynamics of the number of business entities of Ukrainian enterprises in the field of temporary accommodation and catering shows growth, 2) for 2015–2019 there is an increase in cost indicators of sold products — 2.67 times for all entities; 3) the assessment of financial performance of the entities shows the instability of the financial condition during the study period. The share of profitable enterprises in the industry from 2015 to 2019 decreased from 71.6 to 70.5 %. For 9 months of 2020, the number of profitable entities was only 26.8 %, which indicates a sharp negative impact of the pandemic on the activities of enterprises in the hotel and restaurant sector. In order to increase the competitiveness of hotel and restaurant business, the main strategic directions are proposed. They include national measures (modernization of tourist infrastructure, marketing measures to promote the tourist product, measures to support business, attract investment, promote the development of non-traditional tourism) and measures at the micro level (control over the quality of services, measures to retain staff and improve the qualification and professional level of staff, improving the motivation mechanism, optimization of business processes and costs, introduction of modern information technologies, creation of hostel networks and restaurant chains with universal service and high level of service, expanding the range of services, development of delivery, increase online sales).*

Key words: *competitiveness, hotel and restaurant industry, COVID pandemic.*

Надійшла до редакції 08.05.2021

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-55-64

JEL : O15, R23, J62, J61, J19

УДК 314.74

Яковенко Ю. В.,
аспірантДонецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail : yakovenko@donnuet.edu.ua**МІГРАЦІЙНІ ПОТОКИ У СВІТІ: ОБСЯГИ, НАПРЯМИ, ПРИЧИНИ ЗРОСТАННЯ**

UDC 314.74

Yakovenko Yu.V.,
PhD studentMykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: yakovenko@donnuet.edu.ua**MIGRATION FLOWS IN THE WORLD:
VOLUMES, DIRECTIONS, GROWTH REASONS**

***Мета.** Мета статті полягає в аналізі та оцінці обсягів, напрямів, причин зростання міграційних потоків у світі і визначенні заходів щодо мінімізації їх негативного ефекту.*

***Методи.** У процесі дослідження питання встановлення обсягів, напрямів та причин зростання міграційних потоків у світі було використано загальнонаукові методи наукового пізнання. Метод абстрагування використано під час виокремлення міграційно активних регіонів. Метод групування використано під час визначення чисельності трудових емігрантів з країн Східної Європи у 2010–2019 роках. Метод порівняння використано під час зіставлення частки трудових мігрантів у загальній структурі трудового населення регіонів світу у 2013 та 2017 роках. Метод синтезу використано під час конкретизації чисельності трудових мігрантів у Африці в розрізі інтеграційних об'єднань у 2017 році. Методи індукції, конкретизації та абстрагування використано для визначення причин та напрямів трудової еміграції до арабських держав регіону Близького Сходу.*

***Результати.** У статті розглядаються напрями трудової міграції у світі. Проведено детальний аналіз причин та напрямів трудових міграційних потоків до країн ЄС. Визначено основні напрями трудової еміграції до країн ЄС: Європа — Європа (імміграція з країн Східної Європи до країн ЄС) та Африка — Європа (імміграція з країн Африки до країн ЄС). Узагальнено обсяги трудової еміграції за напрямом Європа-Європа в розрізі країн-донорів Східної Європи. Сформовано, конкретизовано та узагальнено основні причини трудової міграції у Африканському регіоні. Визначено, що, незважаючи на значні обсяги трудової еміграції до країн ЄС, характерною особливістю Африканського регіону є переважання саме внутрішньорегіональної трудової міграції (складає 80 %). Окреслено основні причини зменшення чисельності офіційної трудової міграції з країн Африки до країн ЄС (посилення вимог «міграційного законодавства» ЄС; міграційна криза ЄС у 2015 році; бажання уникати додаткових податкових платежів та збереження можливості отримання фінансової допомоги). Узагальнено основні причини та напрями зростання трудової міграції у Азійському регіоні. Встановлено, що найбільша чисельність трудових мігрантів у Азійському регіоні мігрує як в межах регіону (більша кількість мігрантів у країнах з більш високим рівнем доходу), так і до арабських держав регіону Близького Сходу. Визначено держави регіону Близького Сходу, які у 2018 році були найбільшими реципієнтами.*

© Ю. В. Яковенко, 2021

Ключові слова: міграція, трудова міграція, еміграція, імміграція, причина, міграційний потік.

Постановка проблеми. Міграційні процеси, притаманні людському суспільству, неодноразово були одним з ключових напрямів економічного зростання держав. Згідно з аналітичними даними ООН, станом на кінець 2020 року чисельність міжнародних мігрантів становила 281 млн осіб [18]. Найбільш «міграційно активним» континентом у 2020 році був Європейський (87 млн осіб), Північної Америки (59 млн осіб), Північної Африки та Західної Азії (по 50 млн осіб кожна) прийняли набагато менше міжнародних мігрантів. Незважаючи на низку переваг для країн-реципієнтів (країни, що приймають іммігрантів з інших країн), міжнародна міграція створює чимало проблем для соціально-економічного розвитку, до яких Міжнародний валютний фонд відносить вищу конкуренцію за робочі місця на місцевому ринку праці, надлишковий попит на державні послуги, потенційне навантаження на державні фінанси та відчутну загрозу для соціальної згуртованості місцевого населення [13]. Дослідження обсягів, напрямів та причин міграційних потоків дозволить встановити сучасний стан міграційних процесів у світі, окреслити заходи щодо зменшення негативного впливу цього явища на економічні процеси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання вивчення обсягів, напрямів і причин зростання міграційних потоків у світі ставало предметом дослідження в низці наукових праць. Вінченцо Бове та Леандро Елія (Vincenzo Vove та leandro Elia) акцентували свою увагу на аналізі впливу імміграції на розвиток країни призначення [21]. Джозеф Чамі (Joseph Chamie), ознайомившись з динамікою міграційного розвитку у світі за останні 60 років, дійшов висновку, що «держави повинні подвоїти свої зусилля щодо вирішення проблем національної прикордонної безпеки та основних прав людини мігрантів, біженців та шукачів притулку» [3]. Дослідник акцентував увагу на необхідності створення спільних програм між

країнами-донорами, країнами проміжної дислокації та країнами-реципієнтами щодо мінімізації міграційних потоків, зменшення впливу глобальних викликів на легальні міграційні рухи, таких як коронавірус. Проте найбільшу увагу питанню вивчення обсягів, напрямів і причин зростання міграційних потоків у світі приділяють міжнародні організації, такі як: Міжнародна організація міграції (МОМ), Міжнародна організація праці (МОП), Департамент з економічних і соціальних питань ООН (вивчають причини і напрями міграції), Світовий Банк, Міжнародний валютний фонд (акцентують увагу на економічному ефекті міграції), Організація економічного співробітництва та розвитку тощо. Незважаючи на це, проблема встановлення причин зростання та прогнозованих обсягів міграційних потоків у світі потребує подальшого вивчення, з огляду на загострення глобальних ризиків для людства.

Мета статті — здійснення аналізу та оцінки обсягів, напрямів, причин зростання міграційних потоків у світі і визначення заходів щодо мінімізації їх негативного ефекту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтенсифікація міграційних потоків у світі, згідно з оцінками ООН, спостерігається з 70-х років ХХ століття. Незважаючи на вплив пандемії коронавірусу у світі та закриття кордонів, міграційні потоки (кількість мігрантів, які в'їжджають або виїжджають з країни протягом певного періоду [12]) у 2020 році продовжили зростання. Так, у 2020 році, порівняно з 2019 роком, загальна чисельність міжнародних мігрантів (будь-які особи, які змінюють свою країну звичайного проживання [20]) зросла на 9 млн осіб (з 272 до 281 млн осіб). Міжнародна організація міграції наголошує, що «більшість людей мігрують за кордон з причин, пов'язаних з роботою, сім'єю та навчанням ... інші люди залишають свої домівки та країни з ряду вагомих, а часом і трагічних причин, таких як конфлікт, переслідування та катастрофи» [14].

Аналіз міграційних потоків у світі передбачає розподіл країн на країни-донори (країни, населення яких має намір і можливість здійснювати міграцію до інших країн під впливом різноманітних чинників) та країни-реципієнти. Згідно з даними МОП, у 2017 р. у всьому світі налічувалось 164 млн трудових мігрантів. Майже половина (46,9 %) усіх трудових мігрантів знаходилась у двох суб-регіонах: Північній Америці та Північній, Південній, Західній Європі [9].

Оцінка обсягів та напрямів міграційних потоків у світі була здійснена у п'ять етапів.

Перший етап. Оцінка потоків трудових мігрантів у світі залежно від рівня доходу на

душу населення в країнах-донорах і країнах-реципієнтах.

У 2017 році 111 млн осіб (68 %) робітників-мігрантів (особа, яка мігрує з однієї країни в іншу (або яка мігрувала з однієї країни в іншу) з метою працевлаштування не за власний рахунок [12]) здійснювали трудову діяльність в країнах з високим рівнем доходу. Ще у 2017 році 47 млн робітників-мігрантів (29 %) проживали в країнах із середнім рівнем доходу, 5,6 млн (3,4 %) — у країнах з низьким рівнем доходу [14]. Загалом розподіл кількості трудових мігрантів у загальній чисельності працездатного населення країн-реципієнтів є неоднорідним (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл трудових мігрантів за групами країн з різним рівнем доходу (відповідно до класифікації Світового Банку) (розроблено автором на основі [9])

Показник	Країни з низьким доходом	Країни з доходом нижче середнього	Країни із середнім рівнем доходу	Країни з високим рівнем доходу
Чисельність трудових мігрантів у 2017 (% співвідношення)	3,4	10,1	18,6	67,9
Чисельність трудових мігрантів у 2013 (% співвідношення)	2,4	11,3	11,7	74,7
Частка трудових мігрантів у загальній чисельності працездатного населення регіону у 2017 році, %	1,9	1,4	2,3	18,5
Частка трудових мігрантів у загальній чисельності працездатного населення регіону у 2013 році, %	1,4	1,5	1,4	16,3

З 2013 по 2017 рік у країнах з високим рівнем доходу відбулося падіння частки трудових мігрантів на 7 процентних пунктів (із 75 % до 68 %), тоді як у країнах із середнім рівнем доходу спостерігалось її збільшення (з 12 % до 19 %). МОМ та МОП пояснюють це тим, що «на цей очевидний зсув вплинуло економічне зростання в країнах із середнім рівнем доходу та / або зміни в законодавстві про трудову імміграцію в країнах з високим рівнем доходу» [9; 14].

Розподіл трудових емігрантів за регіональним принципом чітко відображає основні міграційні центри, які сформовані країнами-реципієнтами (рис. 1).

У 2017 році порівняно з 2013 р. зросла частка трудових мігрантів у Арабських державах (країнах Аравійського півострову) на

5,2 %. Загалом у світі спостерігалось зростання частки трудових мігрантів у загальній структурі трудового населення 0,3 процентних пункти — з 4,4 % до 4,7 %. Активне зростання попиту на трудових мігрантів (зокрема чоловіків) ООН та МОП пояснюють тим, що «багато з цих робітників є фізичними працівниками, які в основному залучені до роботи в будівельному секторі» [9].

Другий етап. Оцінка обсягів та напрямів міграційних потоків Європейського регіону. Оцінка обсягів міграційних потоків Європейського регіону, зважаючи на особливості економічного потенціалу країн, розглянуто у двох основних напрямках: Європа — Європа (імміграція з країн Східної Європи до країн ЄС) (рис. 2); Африка — Європа (імміграція з країн Африки до країн ЄС) (рис. 3).

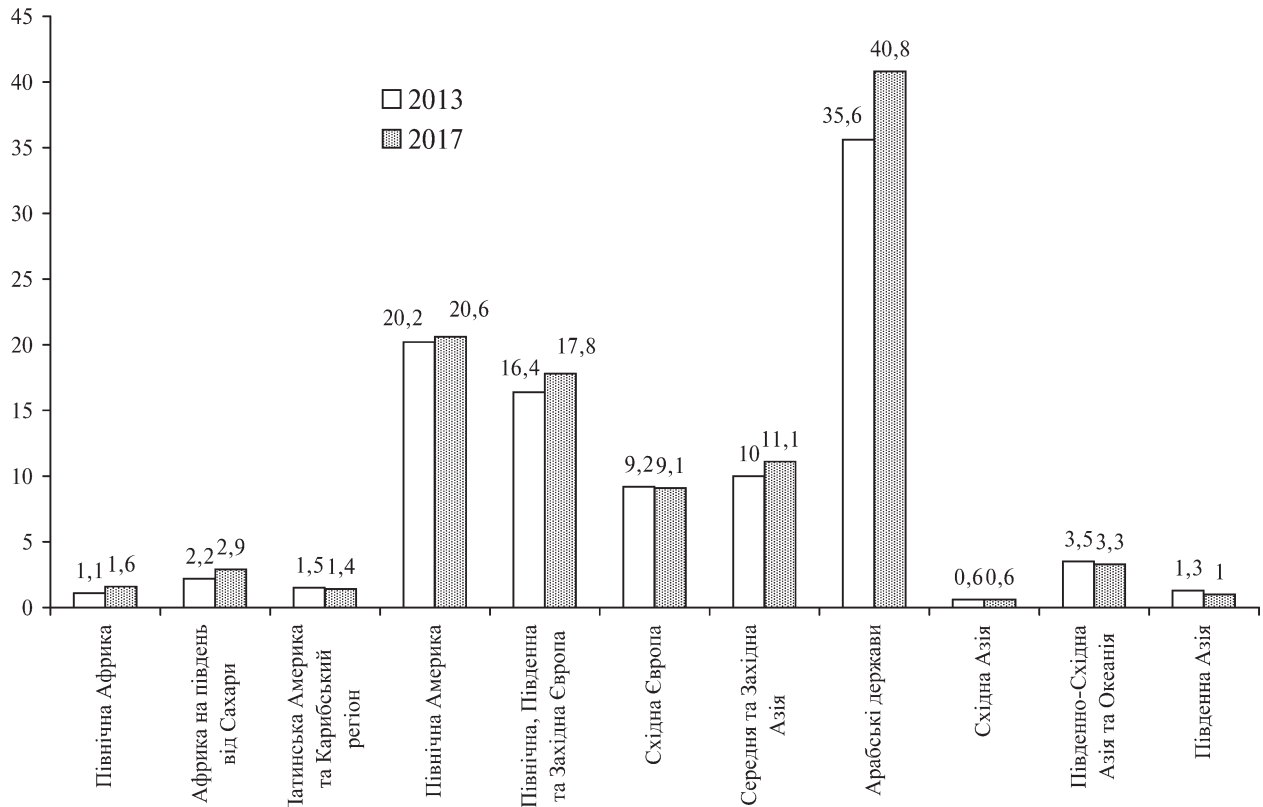


Рис. 1. Частка трудових мігрантів у загальній структурі трудового населення регіонів світу у 2013 та 2017 роках (складено автором на основі [9])

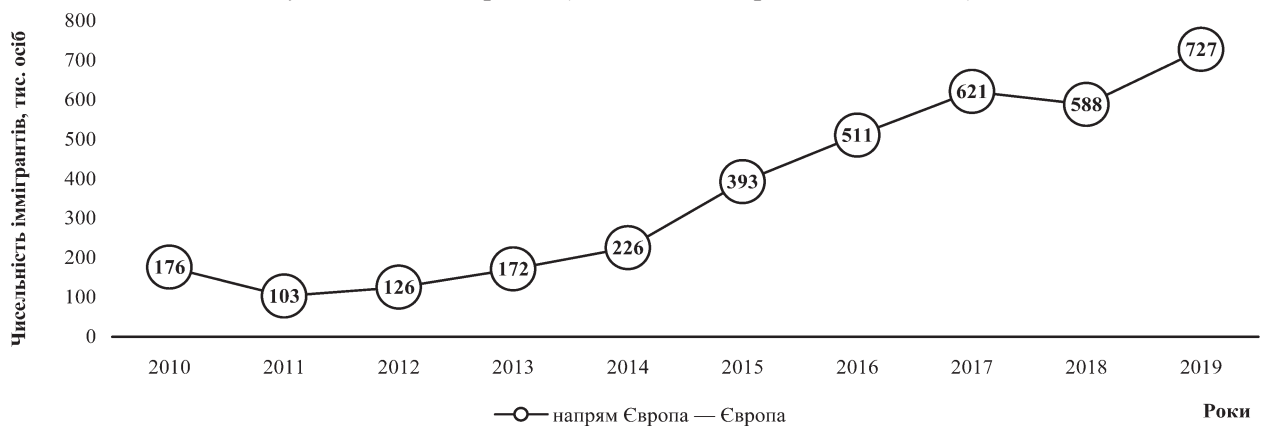


Рис. 2. Динаміка імміграційних потоків до країн ЄС з країн Східної Європи у 2010–2019 роках (складено автором на основі [4])

Найбільша чисельність іммігрантів з прямом Європа — Європа прибуває з України, Молдови, Грузії, Білорусі (табл. 2)

Таблиця 2

Чисельність трудових емігрантів з країн Східної Європи у 2010–2019 роках (розроблено автором на основі [4; 5])

Країна	Чисельність іммігрантів, що прибули до країн ЄС, тис. осіб									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Україна	128,9	81,9	107,7	151,2	208,6	375,4	486,7	580,1	535,0	659,6
Молдова	34,6	14,7	9,0	10,1	7,6	8,9	8,8	9,2	8,7	10,4
Білорусь	4,6	2,6	4,9	5,5	5,5	5,8	11,7	26,5	33,2	40,8
Грузія	6,8	2,8	3,2	4,2	3,2	1,7	1,8	2,5	6,8	12,4
Вірменія	0,8	0,8	0,7	0,7	0,8	0,8	1,0	1,2	1,8	2,1
Азербайджан	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,6	1,5	2,6	2,3

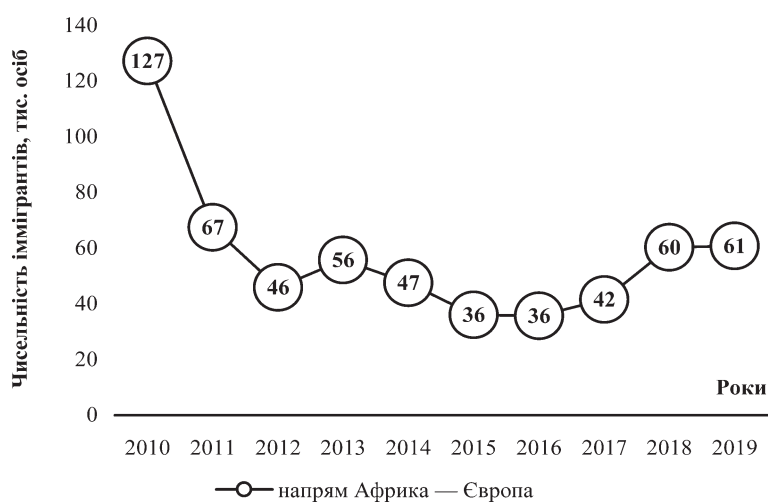


Рис. 3. Динаміка імміграційних потоків до країн ЄС з країн Африки у 2010–2019 роках (складено автором на основі [4])

Зростання чисельності іммігрантів, що прибули до країн ЄС з країн Східної Європи (у т. ч. з України), свідчить про те, що «основною моделлю міграційної поведінки є саме циркулярна міграція» [5]. Майже для усіх країн Східної Європи (окрім Вірменії) характерним є зростання еміграційних потоків до країн ЄС за рахунок зменшення трудової міграції до Російської Федерації. Суттєве зростання еміграції українських громадян до ЄС, починаючи з 2013 року, відбулося «внаслідок економічної кризи і падіння національної валюти після анексії Криму та початку збройної агресії Росії» [5]. Важливим фактором, що здійснює «додаткові складнощі при підрахунку трудових мігрантів з Молдови пов'язані із поширеним явищем набуття громадянства Румунії, що дозволяє їм на простіших умовах працевлаштуватись у країнах ЄС» [5]. Зростання чисельності трудових емігрантів з Білорусі з 2016 року, зокрема до Польщі, викликана декількома чинниками (вища заробітна плата у Польщі; запровадження Польщею спрощеної системи працевлаштування для білорусів, «розширення міграційної географії» інших трудових мігрантів у Польщі, зокрема українців).

Основними причинами зменшення чисельності офіційної трудової міграції з країн Африки до країн ЄС є: посилення вимог «міграційного законодавства» ЄС; міграційна криза ЄС у 2015 році; бажання африкансько-

го населення мігрувати нелегально (щоб уникати додаткових податкових платежів) та зі статусом біженця (щоб отримати фінансову допомогу).

Третій етап. Оцінка обсягів та напрямів міграційних потоків у Африканському регіоні. У 2014 році з 15,9 млн загальної чисельності емігрантів з Африки 8,3 млн осіб (4,7 млн чоловіків та 3,6 млн жінок), за даними Комісії Африканського союзу, були саме трудовими мігрантами [16]. У 2017 році орієнтовна чисельність трудових мігрантів, що здійснювали переми-

щення як в межах Африки, так і поза її межі, становила майже 13 млн осіб [16]. За оцінками МОП, «трудова міграція в Африці здебільшого є внутрішньорегіональною (80 %) і головним чином характеризується міграцією низькокваліфікованих робітників» [7].

Зважаючи на наявність величезної кількості міждержавних інтеграційних об'єднань у Африці, аналіз міграційних потоків здійснено з урахуванням зведених даних (рис. 4).

Загалом найбільша кількість трудових мігрантів зафіксована у країнах, що входять до складу Спільноти держав Сахель-Сахари. При цьому спостерігається значна диференціація розподілу трудових мігрантів у інтеграційних об'єднаннях (від 800 тис. до 6 млн). Розподіл трудових мігрантів у межах країн Африки пояснюється економічними чинниками (більша кількість мігрантів в країнах з більш високим рівнем доходу). Окрім того, МОП зазначає, що «важливою характеристикою трудової міграції всередині Африки є те, що вона не повністю і не систематично реєструється... Тому як добровільна, так і регулярна міграція робочої сили не входять у більшість існуючих систем моніторингу. Торгівля людьми та дитяча праця є головними проблемами на континенті» [1].

Четвертий етап. Оцінка обсягів та напрямів міграційних потоків країн Азійського регіону. Згідно з даними МОП та МОМ, «міграція для працевлаштування є домінантною формою міграції в Азіатсько-Тихоокеансько-

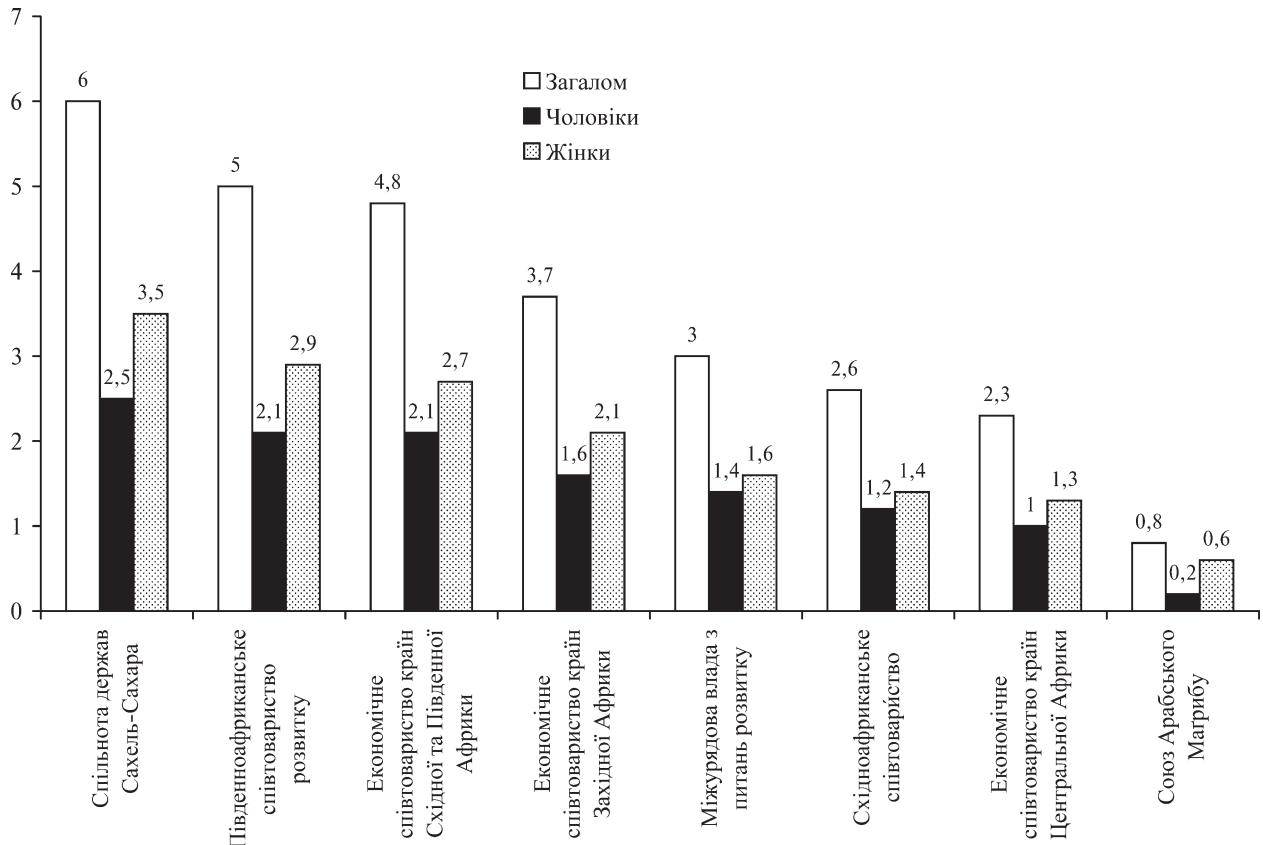


Рис. 4. Чисельність трудових мігрантів у Африці в розрізі інтеграційних об'єднань у 2017 році (мільйонів осіб) (складено автором на основі [1])

му регіоні. До пандемії COVID-19 їх чисельність становила 10 млн осіб, з яких майже половина були жінками» [8].

Особливе місце у трудових міграційних потоках посідають арабські держави регіону Близького Сходу (відповідно до класифікації МОП). За оцінками МОП, «арабські держави регіону Близького Сходу приймають 13,9 відсотка робітників-мігрантів у всьому світі, більшість з яких — з Південно-Східної та Південної Азії» [8].

У Південно-Азійському регіоні розташовано найбільше країн-донорів. У Південній Азії (Індія, Пакистан, Афганістан, Непал, Бангладеш, Шрі Ланка) інтенсивна міграція

робочої сили відбувається як на внутрішньо-регіональному, так і на міжрегіональному рівнях [10] (табл. 3)

Найбільша чисельність трудових емігрантів у Південній Азії у 2017 році припадає на Бангладеш (понад 1 млн осіб). Найменшу чисельність трудових емігрантів у 2017 році було зафіксовано зі Шрі Ланки (понад 200 тис. осіб).

П'ятий етап. Оцінка обсягів та напрямів міграційних потоків арабських держав регіону Близького Сходу (відповідно до класифікації МОП).

Згідно з оцінками МОП, «в 2017 році арабські держави прийняли 23 млн робітни-

Таблиця 3

Чисельність трудових емігрантів з країн Південної Азії у 2008–2017 роках (складено автором на основі [10])

Країна	Чисельність трудових емігрантів, осіб									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Бангладеш	875055	475278	390702	568062	607798	409253	425684	555881	757731	1008525
Індія	784354	608002	639901	637337	746349	819701	805005	784152	520938	391024
Пакистан	430314	403528	362904	456893	638587	622714	752466	946571	839353	496286
Непал	—	219965	294094	354716	384665	450889	519638	499102	403693	382871
Шрі Ланка	250449	247126	267507	262961	282447	293218	300703	263443	242930	212162

ків-мігрантів, з яких 9 млн (39 %) становили жінки [6]. Загалом найбільші потоки трудової міграції здійснюються з країн Південної Азії та Африки (Судан, Сомалі, Ефіопія, Кенія). Офіційні дані Міністерства праці та соціальних питань Ефіопії (MoLSA) свідчать, що близько 500 000 ефіопських робітників-мігрантів регулярно мігрували між країнами Близького Сходу з 2011 по 2013 рік [17].

Щодо причин трудової еміграції з країн Африки до арабських держав регіону Близь-

кого Сходу, МОП, Філіп Л. Мартін (Martin, P.) та Фройлан Маліт (Malit, Jr.F.) зазначають, що основними чинниками є «високий ступінь регульованості міграційних шляхів до Європейського Союзу (ЄС), значний попит на робочу силу в країнах Близького Сходу, а також високий рівень безробіття в африканських країнах» [11; 15].

Найбільшими країнами-донорами для держав Близького Сходу є держави Південної Азії (табл. 4).

Таблиця 4

Чисельність трудових емігрантів з держав Південної Азії до арабських держав Близького Сходу у 2018 році (складено автором на основі [2; 6])

Країни-реципієнти	Чисельність трудових мігрантів з країн донорів, тис. осіб						
	Філіппіни	Індія	Пакистан	Непал	Шрі Ланка	Бангладеш	Індонезія
Саудівська Аравія	410	72	101	41	36	257	6
ОАЕ	251	112	209	60	33	3	1
Катар	116	34	21	103	51	77	1
Оман	24	36	27	3	8	73	1
Кувейт	102	58	0	18	47	28	1
Бахрейн	20	9	6	5	3	1	0

Висновки. Таким чином, у ході дослідження було встановлено, що міграційні потоки зростають, починаючи з 1990 року; найбільш міграційно активними регіонами є Європа та Азія; трудові міграційні потоки до країн ЄС здійснюються двома основними шляхами (Європа — Європа та Африка — Європа); для країн Африки притаманна міжконтинентальна трудова міграція; трудові мігранти в Азійському регіоні мігрують до країн Близького Сходу та країн Північної та Північно-Східної Азії (країн, що мають вищий рівень доходу порівняно з країнами-донорами).

Список літератури

1. African Union Commission and JLMF partners (ILO, IOM, UNECA) (2020). Report On Labour Migration Statistics In Africa. Second Edition (2017). Available at : https://au.int/sites/default/files/documents/39323-doc-web254_184-10_english_2nd_edition_of_the_africa_labor_migration_statistics.pdf (in Eng).
2. Asian Development Bank Institute (ADB), the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), and the International Labour Organization (ILO) (2020).

Innovative Approaches For The Management Of Labor Migration In Asia. Available at : <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/561211/adbi-innovative-approaches-management-labor-migration-asia.pdf> (in Eng).

3. Chamie, J. (2020). International Migration amid a World in Crisis. *Journal on Migration and Human Security*.8 (3):230-245. doi :10.1177/2331502420948796 (in Eng).

4. Eurostat (2021). EC data browser. Available at :https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/MIGR_RESFIRST__custom_928233/default/table?lang=en (in Eng).

5. Фонд Фрідріха Еберта (2021). Трансформації трудової міграції з України до ЄС під час пандемії Covid-19. URL : <https://europewb.org.ua/wp-content/uploads/2021/03/Trudova-migratsiya.pdf> (in Ukr).

6. International Labor Organization. Labour Migration. Available at : <https://www.ilo.org/beirut/areasofwork/labour-migration/lang-en/index.htm> (in Eng.).

7. International Labour Organization (2021). Labour Migration. Available at : https://www.ilo.org/africa/areas-of-work/labour-migration/WCMS_670561/lang-en/index.htm (in Eng).

8. International Labour Organization (2021). Labour Migration in Asia and the Pacific. Available at : https://www.ilo.org/asia/areas/labour-migration/WCMS_634559/lang-en/index.htm (in Eng).
9. International Labour Organization (2018). ILO Global Estimates on International Migrant Workers — Results and Methodology. 2nd ed. Available at : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-dgreports/-dcomm/-publ/documents/publication/wcms_652001.pdf (in Eng).
10. International Labour Organization (2018). International labour migration statistics in South Asia: Establishing a subregional database and improving data collection for evidence-based policymaking. Available at : [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-asia/-ro-bangkok/-sro-\(new_delhi\)/documents/publication/wcms_645286.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-asia/-ro-bangkok/-sro-(new_delhi)/documents/publication/wcms_645286.pdf) (in Eng).
11. International Labour Organization (2017). Common interests, shared goals: Promoting decent work from Asia and Africa to the Middle East. Available at : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-arabstates/-ro-beirut/documents/meetingdocument/wcms_578736.pdf (in Eng).
12. International Labour Organization (2015). ILO background note: the contribution of labour migration to improved development outcomes. Mainstreaming of migration in development policy and integrating migration in the post-2015 UN Development Agenda. Geneva: [5 August 2015]. Available at : http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-ed_protect/-protrav/-migrant/documents/genericdocument/wcms_220084.pdf (in Eng).
13. International Monetary Fund (2020). The Macroeconomic Effects Of Global Migration. Available at : <https://www.imf.org/~media/Files/Publications/WEO/2020/April/English/ch4.ashx> (in Eng).
14. International Organization for Migration (2019). World Migration Report 2020. Available at : https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/wmr_2020.pdf (in Eng).
15. Martin, P., Malit, Jr.F. (2017). A new era for labour migration in the Gulf. Available at : <http://www.tplondon.com/journal/index.php/ml/article/> (in Eng).
16. Policy Department, Directorate-General for External Policies of EU (2020). Intra-African Migration. Available at : http://www.epgencms.europarl.europa.eu/cmsdata/upload/3941a379-9f95-47ab-8d2a-0af7f-392bea3/Study_Intra-Africa_Migration.pdf (in Eng).
17. RMMS, Regional Mixed Migration in the Horn of Africa and Yemen in 2016: 3rd Quarter Trend Summary and Analysis, September 2016. Available at : <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/RMMS%20Mixed%20Migration%20Trends%20Q3%202016.pdf> (in Eng).
18. United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2020). International Migration 2020 Highlights. Available at : <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/International%20Migration%202020%20Highlights.pdf> (in Eng).
19. United Nations (2012). Toolkit on International Migration. Available at : https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/others/docs/toolkit_DESA_June%202012.pdf (in Eng).
20. United Nations (1998). Available at : https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_58rev1E.pdf (in Eng).
21. Vincenzo Bove, Leandro Elia (2017). Migration, Diversity, and Economic. Available at : <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0305750X16304466?token=C4DCED6325420DDDB97F21C9A46C75BD912A7C62D952775D7BF99D44839BEF70CDD6104> (in Eng).

References

1. African Union Commission and JIMP partners (ILO, IOM, UNECA) (2020). Report On Labour Migration Statistics In Africa Second Edition. Available at : https://au.int/sites/default/files/documents/39323-docweb254_184-10_english_2nd_edition_of_the_africa_labor_migration_statistics.pdf (in Eng).
2. Asian Development Bank Institute (ADBI), the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), and the International Labour Organization (ILO) (2020). Innovative Approaches For The Management

- Of Labor Migration In Asia. Available at : <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/561211/adbi-innovative-approaches-management-labor-migration-asia.pdf> (in English).
3. Chamie, J. (2020). International Migration amid a World in Crisis. *Journal on Migration and Human Security*. 8 (3):230-245. doi:10.1177/2331502420948796 (in English).
4. Eurostat (2021). EC data browser. Available at : https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/MIGR_RESFIRST__custom_928233/default/table?lang=en (in English).
5. Friedrich Ebert Foundation (2021). *Transformatsii trudovoi mihratsii z Ukrainy do YeS pid chas pandemii Covid-19* [Transformations of labour migration from Ukraine to the EU during the Covid-19 pandemic]. URL : <https://europewb.org.ua/wp-content/uploads/2021/03/Trudova-migratsiya.pdf> (in Ukrainian).
6. International Labor Organization. Available at : <https://www.ilo.org/beirut/areasof-work/labour-migration/lang-en/index.htm> (in English.).
7. International Labour Organization (2021). Labour Migration in Africa. Available at : https://www.ilo.org/africa/areas-of-work/labour-migration/WCMS_670561/lang-en/index.htm (in English).
8. International Labour Organization (2021). Labour Migration in Asia and the Pacific. Available at : https://www.ilo.org/asia/areas/labour-migration/WCMS_634559/lang-en/index.htm (in English).
9. International Labour Organization (2018). ILO Global Estimates on International Migrant Workers — Results and Methodology. 2nd ed. Available at : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-dgreports/-dcomm/-publ/documents/publication/wcms_652001.pdf (in English).
10. International Labour Organization (2018). International labour migration statistics in South Asia: Establishing a subregional database and improving data collection for evidence-based policymaking. Available at : [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-asia/-ro-bangkok/-sro-\(new_delhi/documents/publication/wcms_645286.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-asia/-ro-bangkok/-sro-(new_delhi/documents/publication/wcms_645286.pdf) (in English).
11. International Labour Organization (2017). Common interests, shared goals: Promoting decent work from Asia and Africa to the Middle East. Available at : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-arabstates/-ro-beirut/documents/meetingdocument/wcms_578736.pdf (in English).
12. International Labour Organization (2015). ILO background note: the contribution of labour migration to improved development outcomes. Mainstreaming of migration in development policy and integrating migration in the post-2015 UN Development Agenda. Geneva: [5 August 2015]. Available at : http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-ed_protect/-protrav/-migrant/documents/genericdocument/wcms_220084.pdf (in English).
13. International Monetary Fund (2020). The Macroeconomic Effects Of Global Migration. Available at : <https://www.imf.org/~media/Files/Publications/WEO/2020/April/English/ch4.ashx> (in Eng).
14. International Organization for Migration (2019). World Migration Report 2020. Available at : https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/wmr_2020.pdf (in English).
15. Martin, P., Malit, Jr. F. (2017). A new era for labour migration in the Gulf. Available at : <http://www.tplondon.com/journal/index.php/ml/article/> (in English).
16. Policy Department, Directorate-General for External Policies of EU (2020). Intra-African Migration.. Available at : http://www.epgencms.europarl.europa.eu/cmsdata/upload/3941a379-9f95-47ab-8d2a-0af7f392bea3/Study_Intra-Africa_Migration.pdf (in English).
17. RMMS, Regional Mixed Migration in the Horn of Africa and Yemen in 2016: 3rd Quarter Trend Summary and Analysis, September 2016. Available at : <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/RMMS%20Mixed%20Migration%20Trends%20Q3%202016.pdf> (in English).
18. United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2020). International Migration 2020 Highlights. Available at : <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/International%20Migration%202020%20Highlights.pdf> (in English).
19. United Nations (2012). Toolkit on International Migration. Available at : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-arabstates/-ro-beirut/documents/meetingdocument/wcms_578736.pdf (in English).

un.org/en/development/desa/population/migration/publications/others/docs/toolkit_DESA_June%202012.pdf (in English).

20. United Nations (1998). Available at : https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_58rev1E.pdf (in English).

21. Vincenzo Bove, Leandro Elia (2017) Migration, Diversity, and Economic Growth. Available at : <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0305750X16304466?token=C4DCED6325420DDDB97F21C9A46C75BD912A7C62D952775D7BF99D44839BEF70CDD6104> (in Eng).

Objective. *The objective of the article is to analyze and evaluate the volumes, directions, growth reasons of migration flows in the world and determine measures to minimize their negative effect.*

Methods. *In the process of establishing the volumes, directions and growth reasons of migration flows in the world, general scientific methods of scientific knowledge are used. The abstraction method is used to determine the migration-active regions. The grouping method is applied to determine the number of labour emigrants from Eastern European countries in 2010–2019. The comparison method is used for comparing the share of labour migrants in the total structure of the labour forces in the regions of the world in 2013 and 2017. The synthesis method is used to concretize the number of labour migrants in Africa in the context of integration associations in 2017. Methods of induction, concretization and abstraction are applied to determine the causes and directions of labour emigration in the Arab states of the Middle East.*

Results. *The article deals the directions of labour migration in the world. A detailed analysis of the reasons and directions of labour migration flows to the EU countries is carried out. The main directions of labour emigration to the EU countries are determined and include: Europe-Europe (immigration from Eastern Europe to EU countries) and Africa-Europe (immigration from Africa to EU countries). The volume of labour emigration in the direction of Europe-Europe in the context of Eastern Europe donor countries is summarized. The main reasons for labour migration in the African region are formed, concretized and generalized. It is determined that despite the significant volumes of labour emigration to the EU countries, a characteristic feature of the African region is the predominance of intraregional labour migration (80 %). The main reasons for the decrease in the number of official labour migration from African countries to the EU is identified (the stricter requirements «immigration legislation» EU; the EU migration crisis in 2015, the desire to avoid additional tax payments and preserve the possibility of receiving financial assistance). The main reasons and directions of the labour migration growth in the Asian region are summarized. It is determined that the largest number of labour migrants in the Asian region migrates both within the region (more migrants in countries with a higher income level) and to the Arab states of the Middle East. The states of the Middle East, which were the largest recipients in 2018, are identified.*

Key words: *migration, labour migration, emigration, immigration, reason, migration flow.*

Надійшла до редакції 11.05.2021

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-65-71

JEL : F10

УДК 330.341.1:330.52

Бочарова Ю. Г.,
д-р екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

Горіна Г. О.,
д-р екон. наук, доцент
Кожухова Т. В.,
д-р екон. наук, доцент

e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

e-mail: kozhuhova@donnuet.edu.ua

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ПОСЛУГАМИ УКРАЇНИ ТА ЄС

UDC 330.341.1:330.52

Bocharova Yu. H.,
Grand PhD
in Economic Sciences,
Associate Professor

Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

Gorina G. O.,
Grand PhD
in Economic Sciences,
Associate Professor

e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

Kozhuhova T. V.,
Grand PhD
in Economic Sciences,
Associate Professor

e-mail: kozhuhova@donnuet.edu.ua

FOREIGN TRADE IN SERVICES IN UKRAINE AND EU

***Мета.** Мета статті — аналіз стану й особливостей зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС у 2015–2019 рр.*

***Методи.** У процесі дослідження використано такі загальнонаукові методи та прийоми пізнання: теоретичне узагальнення і порівняння, аналіз і синтез, індукція та дедукція, групування.*

***Результати.** За результатами проведеного дослідження обґрунтовано, що на сучасному етапі розвитку міжнародна торгівля характеризується сервісізацією, яка знаходить прояв у суттєвому нарощенні обсягів торгівлі послугами, збільшенні її частки у загальних обсягах міжнародної торгівлі; ця особливість розвитку міжнародної торгівлі закономірно знаходить відображення у зовнішньоторговельних відносинах окремих країн, у т. ч. й України — у 2015–2019 рр. обсяги зовнішньої торгівлі України послугами збільшилися майже у 1,5 рази, або на 7311,5 млн дол. і становили станом на 2019 рік 22571,1 млн дол. Установлено, що у 2015–2019 рр.: основним зовнішньоторговельним партнером України був ЄС, на частку якого припадало в середньому 35,4 % експорту та 42,8 % імпорту України; у структурі зовнішньої торгівлі України та ЄС переважає зовнішня торгівля товарами, однак обсяги зовнішньої торгівлі послугами країн динамічно зростають, за період, що аналізується, обсяги зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС збільшилися майже у 1,4 раза або 2173,6 млн дол.; обсяги експорту послуг переважають над обсягами імпорту, що обумовило додатне сальдо зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС, яке протягом зазначеного періоду мало тенденцію до зростання; у*

© Ю. Г. Бочарова, Г. О. Горіна, Т. В. Кожухова, 2021

структурі зовнішньої торгівлі України та ЄС послугами переважають такі види послуг, як: послуги з переробки матеріальних ресурсів, транспортні послуги, фінансові послуги, інформаційні послуги, ділові послуги, при цьому у структурі зовнішньої торгівлі України та ЄС послугами найбільшими обсягами експорту характеризувалися послуги з переробки матеріальних ресурсів, транспортні послуги, інформаційні послуги, ділові послуги, імпорту — транспортні послуги, послуги, пов'язані з подорожами, фінансові послуги, роялті, ділові послуги; найбільш активними партнерами України у торгівлі послугами були такі країни ЄС, як: Велика Британія, Кіпр, Німеччина, на частку зазначених країн припадало в середньому майже 50 % сукупного обсягу зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання при розробці стратегії розвитку зовнішньоторговельного співробітництва України та ЄС.

Ключові слова: зовнішня торгівля, експорт, імпорт, Україна, ЄС.

Постановка проблеми. Міжнародна торгівля була та залишається найбільш розвиненою формою міжнародних економічних відносин, яка, виступаючи передумовою та, одночасно, результатом розвитку інших форм міжнародних економічних відносин, розвиваючись в умовах турбулентних змін контексту розвитку, сама трансформується та змінюється.

Однією із особливостей сучасної міжнародної торгівлі, яка пов'язана із трансформаційними процесами, є її сервісізація, тобто зростання обсягів торгівлі послугами. Так, на сучасному етапі розвитку світового господарства та міжнародних економічних відносин обсяг світової торгівлі послугами становить 11796,2 млрд дол. [1; 6; 9; 10], а частка у обсягу світової торгівлі — майже 24 % [1; 6; 9; 10].

Ця особливість розвитку міжнародної торгівлі закономірно знаходить відображення у зовнішньоторговельних відносинах окремих країн, Україна не є виключенням. Так, у 2015–2019 рр. обсяги зовнішньої торгівлі України послугами збільшилися майже у 1,5 рази, або на 7311,5 млн дол., і становили станом на 2019 рік 22571,1 млн дол. [5; 7; 8].

Ураховуючи зміни у географічній структурі зовнішньої торгівлі України, зовнішньополітичний курс країни на сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин України, найбільший науковий та практичний інтерес викликає аналіз зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Контент-аналіз робіт [2–4] дозволяє стверджувати, що дослідження, спрямовані на вирішення визначеного вище наукового за-

вдання, носять фрагментарний характер, потребують подальшого розвитку, актуалізації.

Мета статті — полягає у проведенні аналізу стану та особливостей зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС у 2015–2019 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження. У 2015–2019 рр. основним зовнішньоторговельним партнером України був ЄС, на частку якого припадало в середньому 35,4 % експорту та 42,8 % імпорту України.

У структурі зовнішньої торгівлі України та ЄС переважає зовнішня торгівля товарами, однак обсяги зовнішньої торгівлі послугами постійно збільшуються. Так, у 2015–2019 рр. обсяги зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС збільшилися майже у 1,4 раза або на 2173,6 млн дол. Зовнішня торгівля України та ЄС послугами є досить результативною для України. Протягом усього періоду, що аналізується, сальдо зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС є додатним і постійно збільшується. Так, якщо у 2015 році сальдо зовнішньої торгівлі послугами між Україною та ЄС становило 177,8 млн дол., то у 2019 — 724,2, тобто збільшилося більше ніж у 4 рази, або на 546,4 млн дол. Це було пов'язано зі значно більшими та порівняно більш швидким зростанням експорту послуг України, ніж імпорту. Так, у 2015–2019 рр. обсяг експорту послуг у країни ЄС збільшився із 2928 млн дол. у 2015 році до 4288 млн дол. у 2019 р., тобто більше ніж у 1,5 рази, або на 1360 млн дол. Для порівняння, обсяг імпорту послуг України із країн ЄС за період, що аналізується, збільшився із 2750,2 млн дол. до 3563,8 млн дол., тобто майже у 1,3 раза або на 813,6 млн дол. (табл. 1).

**Зовнішня торгівля послугами між Україною та ЄС, млн дол.
(складено та розраховано автором на основі [5; 7; 8])**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення
	2015	2016	2017	2018	2019	
Експорт послуг України	9736,6	9868	10714,3	11637,9	15628,9	5892,3
у т. ч. у ЄС	2928	3005	3452,7	3979,9	4288	1360
Питома вага експорту послуг у ЄС в загальному експорті послуг України	30,1	30,5	32,2	34,2	27,4	-2,7
Питома вага експорту послуг у ЄС в експорті України	6,5	6,4	6,7	6,5	7,6	1,1
Імпорт послуг України	5523	5326,5	5476,1	6308,8	6942,2	1419,2
у т. ч. з ЄС	2750,2	2421,7	2532,4	3355,8	3563,8	813,6
Питома вага імпорту послуг з ЄС у загальному імпорті послуг України	49,8	45,5	46,2	53,2	51,3	1,5
Питома вага імпорту послуг з ЄС у імпорті України	6,4	5,4	4,6	5,3	5,3	-1,1
Сальдо зовнішньої торгівлі послугами України з ЄС	177,8	583,3	920,3	624,1	724,2	546,4
Зовнішньоторговельний оборот послуг між Україною та ЄС	5678,2	5426,7	5985,1	7335,7	7851,8	2173,6

У структурі зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС у 2015–2019 рр. переважали: послуги з переробки матеріальних ресурсів (у середньому 12,9 %), транспортні послуги (у середньому 31,3 %), фінансові послуги (у середньому 11,5 %), інформаційні послуги (у середньому 16,2 %), ділові послуги (у середньому 12,6 %). На зазначені види послуг припадає більше 84,6 % зовнішньої торгівлі України та ЄС послугами. При цьому протягом періоду, що аналізується, фіксувалося збільшення частки послуг з переробки матеріальних ресурсів, інформаційних послуг та ділових. Найвищи-

ми показниками результативності зовнішньої торгівлі характеризувалася зовнішня торгівля України та ЄС послугами з переробки матеріальних ресурсів, транспортними послугами та інформаційними послугами. У 2015–2019 рр. у структурі зовнішньої торгівлі України та ЄС послугами найбільшими обсягами експорту характеризувалися послуги з переробки матеріальних ресурсів, транспортні послуги, інформаційні послуги, ділові послуги, імпорту — транспортні послуги, послуги, пов’язані з подорожами, фінансові послуги, роялті, ділові послуги (табл. 2).

Таблиця 2

**Структура зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС, млн дол.
(складено та розраховано автором на основі [5; 7; 8])**

Вид послуги/Показник	Роки				Абсолютне відхилення	
	2015		2019		Експорт	Імпорт
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт		
	Сальдо		Сальдо		Сальдо	
Усього	2927,9	2750,1	4288	3563,8	1360,1	813,7
	177,8		724,2		546,4	
Послуги з переробки матеріальних ресурсів	613,2	4,4	1050,9	2,9	437,7	-1,5
	608,8		1048		439,2	
Послуги з ремонту	66,6	48,2	90,9	58	24,3	9,8
	18,4		32,9		14,5	
Транспортні послуги	1165,7	732,9	1325,2	884,6	159,5	151,7
	432,8		440,6		7,8	
Послуги, пов’язані з подорожами	35,5	280,7	56,4	562	20,9	281,3
	-245,2		-505,6		-260,4	

Вид послуги/Показник	Роки				Абсолютне відхилення	
	2015		2019		Експорт	Імпорт
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт		
	Сальдо		Сальдо		Сальдо	
Послуги з будівництва	17,8	14,9	35,1	21,7	17,3	6,8
	2,9		13,4		10,5	
Послуги зі страхування	25,1	53,8	33,5	72	8,4	18,2
	-28,7		-38,5		-9,8	
Фінансові послуги	63,7	648,6	81,6	289,2	17,9	-359,4
	-584,9		-207,6		377,3	
Роялті	29,4	205,4	32,7	448,7	3,3	243,3
	-176		-416		-240	
Інформаційні послуги	549,3	270,1	992,6	336	443,3	65,9
	279,2		656,6		377,4	
Ділові послуги	348,5	345,5	572,3	791,7	223,8	446,2
	3		-219,4		-222,4	
Культурні та рекреаційні послуги	11,1	2,6	12,3	5,7	1,2	3,1
	8,5		6,6		-1,9	
Державні та урядові послуги	2,1	142,9	4,5	91,2	2,4	-51,7
	-140,8		-86,7		54,1	

Найбільш активними зовнішньоторговельними партнерами України серед країн ЄС у торгівлі послугами були Велика Британія (у середньому 21,3 %), Кіпр (у середньому 10,3 %), Німеччина (у середньому 17,7 %). На частку зазначених країн припадало в середньому майже 50 % сукупного обсягу зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС. При цьому протягом 2015–2019 рр. фіксувалося зменшення частки зовнішньої торгівлі послугами України із такими країнами, як: Кіпр, Німеччина, Нідерланди та ін.; збільшення: Велика Британія, Естонія, Польща та ін. Найбільшими результуючими показниками зовнішньої торгівлі характери-

зувалася зовнішня торгівля України послугами із такими країнами ЄС, як: Австрія, Данія, Естонія, Італія, Польща, найменшими: Словенія, Бельгія, Греція. Зовнішня торгівля послугами України із більшістю країн ЄС характеризувалася додатнім сальдо зовнішньої торгівлі. Від'ємне сальдо фіксувалося у зовнішній торгівлі послугами України із такими країнами ЄС, як: Велика Британія, Ірландія, Іспанія, Кіпр, Люксембург, Нідерланди, Німеччина, Португалія, Словаччина. Найбільші обсяги експорту послуг України спрямовувалися у Велику Британію, Кіпр, Німеччину, Польщу; імпорту із: Великої Британії, Кіпру, Німеччини (табл. 3).

Таблиця 3

Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС, млн дол.
(складено та розраховано автором на основі [5; 7; 8])

Країна/Показник	Роки				Абсолютне відхилення	
	2015		2019		Експорт	Експорт
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт		
	Сальдо		Сальдо		Сальдо	
Усього по країнах ЄС	2928	2750,2	4288	3563,8	1360	813,6
	177,8		724,2		546,4	
Австрія	145,5	93,1	212,7	167,5	67,2	74,4
	52,4		45,2		-7,2	
Бельгія	52,6	49,4	81,4	64,1	28,8	14,7
	3,2		17,3		14,1	
Болгарія	43,6	19,2	42,2	24,7	-1,4	5,5
	24,4		17,5		-6,9	

Країна/Показник	Роки				Абсолютне відхилення	
	2015		2019			
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт	Експорт	Експорт
	Сальдо		Сальдо		Сальдо	
Велика Британія	553,3	717,1	709,1	798,8	155,8	81,7
	-163,8		-89,7		74,1	
Греція	30,3	24,4	61,4	48,7	31,1	24,3
	5,9		12,7		6,8	
Данія	112,4	32,2	160,4	41,1	48	8,9
	80,2		119,3		39,1	
Естонія	114,6	30	108,9	37,8	-5,7	7,8
	84,6		71,1		-13,5	
Ірландія	26,9	49,5	52,9	32,3	26	-17,2
	-22,6		20,6		43,2	
Іспанія	27,6	29,9	39,9	30,8	12,3	0,9
	-2,3		9,1		11,4	
Італія	133,3	34,8	155,5	52,1	22,2	17,3
	98,5		103,4		4,9	
Кіпр	251,2	287,7	495,3	580	244,1	292,3
	-36,5		-84,7		-48,2	
Латвія	75,7	36	163,9	97,2	88,2	61,2
	39,7		66,7		27	
Литва	33,7	14,5	49,4	30,7	15,7	16,2
	19,2		18,7		-0,5	
Люксембург	5,2	83,3	7,1	10,1	1,9	-73,2
	-78,1		-3		75,1	
Мальта	106,2	77,3	117,5	100,4	11,3	23,1
	28,9		17,1		-11,8	
Нідерланди	111,8	140,7	305,4	146,2	193,6	5,5
	-28,9		159,2		188,1	
Німеччина	452	538,5	722,7	669,2	270,7	130,7
	-86,5		53,5		140	
Польща	181,9	98,7	217,8	168	35,9	69,3
	83,2		49,8		-33,4	
Португалія	5,8	8,3	7,5	13,1	1,7	4,8
	-2,5		-5,6		-3,1	
Румунія	43,3	9	54,4	20,9	11,1	11,9
	34,3		33,5		-0,8	
Словацьчина	26,8	101,8	44,5	52,1	17,7	-49,7
	-75		-7,6		67,4	
Словенія	21	5,9	30,8	5,9	9,8	0
	15,1		24,9		9,8	

Висновки. Таким чином, у 2015–2019 рр. зовнішня торгівля України та ЄС послугами характеризувалася:

— суттєвим збільшенням обсягів. У 2015–2019 рр. обсяги зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС збільшилися майже у 1,4 раза або 2173,6 млн дол.;

— переваженням обсягів експорту над обсягами імпорту, що обумовило додатне сальдо зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС, яке протягом зазначеного періоду мало тенденцію до зростання;

— фокусуванням на транскордонному переміщенні таких видів послуг, як: послуги з переробки матеріальних ресурсів, транспортні послуги, фінансові послуги, інформаційні послуги, ділові послуги, при цьому у структурі зовнішньої торгівлі України та ЄС послугами найбільшими обсягами експорту характеризувалися послуги з переробки матеріальних ресурсів, транспортні послуги, інформаційні послуги, ділові послуги, імпорту — транспортні послуги, послуги, пов'язані з подорожами, фінансові послуги, роялті, ділові послуги;

— розвитком порівняно більш активної співпраці України із такими країнами ЄС, як: Велика Британія, Кіпр, Німеччина. На частку зазначених країн припадало у середньому майже 50 % сукупного обсягу зовнішньої торгівлі послугами України та ЄС.

Список літератури

1. World Trade Statistical Review 2020. Available at : https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2020_e/wts2020_e.pdf

2. Цепкова В. С. Тенденції торговельної співпраці України з ЄС. *Європейські перспективи*. 2014. № 4. С. 186–192. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/evpe_2014_4_35.

3. Ситник Н. С., Юркевич Г. І. Сучасний стан розвитку торговельно-економічних відносин. *Молодий вчений*. 2018. № 2 (1). С. 417–420. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_2_%281%29_100.

4. Камінська Т. М. Місце України у міжнародній торгівлі послугами. *Економічна теорія та право*. 2019. № 1. С. 27–41. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnyua_etp_2019_1_4.

5. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

6. Handbook of Statistics (2020). Available at : https://unctad.org/system/files/official-document/tdstat45_en.pdf.

7. Countries and regions. Ukraine. Available at : <https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/ukraine/>.

8. The International Trade Centre (ITC). Available at : <https://www.intracen.org/country/ukraine/>.

9. International Trade in Services: New Trends and Opportunities for Developing Countries. Available at : <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/2476>.

10. World Trade Report: The Future Of Services Trade (2019). Available at : https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/01_wtr19_0_e.pdf.

References

1. World Trade Statistical Review 2020. Available at : https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2020_e/wts2020_e.pdf

2. Tsepkova, V. S. (2014). *Tendentsii torhovelnoi spivpratsi Ukrainy z YeS* [Trends in Ukraine's trade cooperation with the EU]. *Yevropeiski perspektyvy* [European perspectives], no. 4, pp. 186–192. Available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/evpe_2014_4_35.

3. Sytnyk, N. S., Yurkevych, H. I. (2018). *Suchasnyi stan rozvytku torhovelno-ekonomichnykh vidnosyn* [The current state of development of trade and economic relations]. *Molodyi vchenyi* [Young scientist], no. 2 (1), pp. 417–420.

4. Kaminska, T. M. (2019). *Mistse Ukrainy u mizhnarodnii torhivli posluhamy* [Ukraine's place in international trade in services]. *Ekonomichna teoriia ta pravo* [Economic theory and law], no. 1, pp. 27–41.

5. State Statistics Service of Ukraine. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

6. Handbook of Statistics (2020). Available at : https://unctad.org/system/files/official-document/tdstat45_en.pdf.

7. Countries and regions. Ukraine. Available at : <https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/ukraine/>.

8. The International Trade Centre (ITC). Available at : <https://www.intracen.org/country/ukraine/>.

9. International Trade in Services: New Trends and Opportunities for Developing Countries. Available at : <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/2476>.

10. World Trade Report: The Future Of Services Trade (2019). Available at : https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/01_wtr19_0_e.pdf.

Objective. *The objective of the article is the analysis of the state and features of foreign trade in services between Ukraine and the EU in 2015–2019.*

Methods. *Following methods and techniques of knowledge are used during the study: theoretical generalization and comparison, analysis and synthesis, induction and deduction, grouping, and classification*

Results. *According to the results of the study it is substantiated that at the present stage of development, international trade is characterized by servicing, which is manifested in a significant increase in trade in services, increasing its share and total international trade; this feature of the development of international trade is naturally reflected in the foreign trade relations of individual countries, including Ukraine — in 2015–2019, the volume of Ukraine's foreign trade in services went up 1.5 times or by 7311.5 million dollars and amounted to 22571.1 million dollars as of 2019. It is established that in 2015–2019.: Ukraine's main foreign trade partner was the EU, which accounted for an average of 35.4 % of Ukraine's exports and 42.8 % of imports; the structure of foreign trade of Ukraine and the EU is dominated by foreign trade in goods, but the volume of foreign trade in services is growing dynamically, during the period under review, the volume of foreign trade in services of Ukraine and the EU increased almost 1.4 times or 2173.6 million dollars; the volumes of exports of services prevail over the volumes of imports, which led to a positive balance of foreign trade in services of Ukraine and the EU, which during this period had a tendency to increase; in the structure of foreign trade in services of Ukraine and the EU are dominated by such types of services as: services for processing material resources, transport services, financial services, information services, business services, while in the structure of foreign trade of Ukraine and EU services the largest exports were characterized by processing services material resources, transportation services, information services, business services, imports: transportation services, travel services, financial services, royalties, business services; Ukraine's most active partners in trade in services were EU countries such as the United Kingdom, Cyprus, and Germany, which accounted for an average of almost 50 % of the total foreign trade in services of Ukraine and the EU.*

The practical significance of the results is in the possibility of their use in developing a strategy for the development of foreign trade cooperation between Ukraine and the EU.

Key words: *foreign trade, exports, imports, Ukraine, EU.*

Надійшла до редакції 15.05.2021

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-72-81

JEL F10, L83

УДК 338.48

Горіна Г. О.,
д-р екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

Бочарова Ю. Г.,
д-р екон. наук, доцент
Крижимінська Є. Г.,
асистент

e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

e-mail: eugenyakri0607@gmail.com

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ, ПОВ'ЯЗАНИМИ З ТУРИЗМОМ ТА ПОДОРОЖАМИ В КРАЇНАХ ЄС

UDC 338.48

Gorina G. O.,
Grand PhD
in Economic Sciences,
Associate Professor
Bocharova Yu. H.,
Grand PhD
in Economic Sciences,
Associate Professor
Kryzhyminska Y. H.,
Assistant Professor

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

e-mail: eugenyakri0607@gmail.com

ANALYSIS OF FOREIGN TRADE IN SERVICES RELATED TO TOURISM AND TRAVEL IN THE EU

***Мета.** Метою статті є виокремлення ключових трендів розвитку зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами в країнах ЄС.*

***Методи.** З метою досягнення поставлених завдань та мети у роботі використовувалися такі методи дослідження: системний і комплексний аналіз, розрахунково-аналітичні (для визначення ключових тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами в країнах ЄС), графічні й табличні методи (для наочного зображення статистичного матеріалу).*

***Результати.** Висвітлено основні засади політики ЄС у сфері туризму, що спрямована на збереження позиції Європи в якості провідного туристичного напрямку з максимальним збільшенням внеску галузі в зростання і зайнятість, а також просування співпраці між країнами ЄС, зокрема шляхом обміну передовим досвідом. Проведений аналіз зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами у 2016–2018 рр. в країнах ЄС, за даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку, Світової організації торгівлі, Світової туристичної організації, дозволив виявити ключові тренди, а саме: 1) ключовими експортерами послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС є Іспанія, Франція, Велика Британія, Італія та Німеччина; 2) найбільший приріст обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС відбувся у Румунії, Португалії, Фінляндії, Словенії та Польщі; 3) лідерами серед країн-імпортерів послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за*

© Г. О. Горіна, Ю. Г. Бочарова, Є. Г. Крижимінська, 2021

країнами ЄС є Німеччина, Велика Британія, Франція, Італія та Іспанія; 4) найбільший приріст обсягу імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС відбувся у Румунії, Хорватії, Болгарії, Іспанії та Кіпрі; 5) країнами ЄС, які домінують за зовнішньоторговельним обігом послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, є Німеччина, Велика Британія, Франція, Іспанія, Італія; 6) найбільше позитивне сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС зафіксовано в Іспанії, Італії, Франції, Португалії та Австрії; 7) найбільше негативне сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС було зафіксовано у Швеції, Нідерландах, Бельгії, Об'єднаному Королівстві та Німеччині.

Ключові слова: зовнішня торгівля послугами, туристичні послуги, туризм, сфера послуг, туристична галузь, експорт послуг, імпорт послуг, зовнішньоторговельний оборот послуг, сальдо зовнішньої торгівлі послугами.

Постановка проблеми. Володіючи багатогою культурною спадщиною і різноманітністю і включаючи в себе одні з найпопулярніших туристичних дестинацій та основних ринків збуту в світі, Європа продовжує залишатися найбільш відвідуваним регіоном, приймаючи половину міжнародних туристичних прибуттів у світі. У межах Європи 28 країн Європейського Союзу (ЄС) становлять основну частину міжнародних прибуттів у регіон, близько 81 % від загального числа у Європі і 40 % від світового показника. У країнах ЄС внесок туризму до ВВП дорівнює 10 %, туристична галузь створює робочі місця для 26 мільйонів осіб — завдяки своєму прямому, непрямому та індукованому впливу на економіку. Окрім створення робочих місць, туризм допомагає розвивати зв'язки між суспільствами. Туризм є одним із секторів європейської економіки, що найбільш швидко зростає, демонструючи свою стійкість і гнучкість [1].

Ключовим індикатором сталого розвитку туризму є зовнішня торгівля туристичними послугами, її обіг та сальдо. У свою чергу позитивне сальдо торговельного балансу туристичними послугами свідчить, що туристична галузь є джерелом надходжень до ВВП країн, поповнення бюджетів усіх рівнів та пришвидшує інтенсифікацію відтворювального процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Взаємозв'язок туризму з широким спектром економічної діяльності обумовлює зростання уваги до оцінки його економічних результатів. Аналіз даних щодо зовнішньої торгівлі туристичними послугами дозволяє оцінити розвиток

економічних, політичних та дипломатичних взаємовідносин між країнами світу. Питання дослідження міжнародної торгівлі туристичними послугами знайшли своє відображення у ряді праць як вітчизняних, так і закордонних науковців. Так, О. Б. Білоцерківський [2] аналізує динаміку послуг, пов'язаних з подорожами, пропонує авторегресійні моделі експорту та імпорту торгівлі подорожами і здійснює точкові прогнози для експорту та імпорту міжнародної торгівлі подорожами. О. О. Скарга [3] досліджує інструменти протекціонізму та рівні лібералізації міжнародної торгівлі туристичними послугами. С. Е. Сардак [4] оцінює динаміку показників міжнародного туризму та визначає основні світові інновації в туристичній галузі. К. Дженсен та Цзе Чжан [5] розглядають питання, чи надає лібералізація послуг позитивний або негативний вплив на доходи від міжнародного туризму в країнах призначення. В. Чайсумпунсакул, П. Фольфірул [6] оцінюють взаємозв'язок між міжнародною торгівлею та міжнародним туристичним попитом. Н. К. Лейтао [7] висвітлює зв'язок між внутрішньогалузевою торгівлею та потоками міжнародного туризму. Разом з тим наявні наукові дослідження переважно оминають питання аналізу зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами саме за країнами ЄС. Вивчення сучасних напрямів та особливостей зовнішньої торгівлі туристичними послугами в країнах ЄС є актуальним у світлі запровадження в Україні умов для посилення економічних і торговельних відносин, які вестимуть до поступової інтеграції України до внутрішнього ринку ЄС, у тому числі

завдяки створенню поглибленої і всеохоплюючої зони вільної торгівлі [8]. Все це обумовлює своєчасність теми обраного дослідження та поставленого наукового завдання.

Мета статті — виокремлення ключових трендів розвитку зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами в країнах ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політика ЄС у сфері туризму спрямована на збереження позиції Європи в якості провідного туристичного напрямку з максимальним збільшенням внеску галузі в зростання і зайнятість, а також просування співпраці між країнами ЄС, зокрема шляхом обміну передовим досвідом. Компетенція ЄС у сфері туризму — це підтримка і координація дій у сфері туризму у доповнення до дій країн-членів ЄС [9].

У червні 2010 р. Європейська Комісія оприлюднила повідомлення до Європейського Парламенту, Ради, Європейського економічного та соціального комітету та Комітету регіонів під назвою «Європа — світовий туристичний напрямок № 1 — нова політична база для туризму в Європі» [10]. У цьому повідомленні було викладено нову стратегію та план дій щодо туризму в ЄС, а також визначено чотири пріоритети для дії: стимулювати конкурентоспроможність у європейському туристичному секторі; сприяти розвитку стійкого, відповідального та якісного туризму; закріпити імідж Європи як сукупності стійких, якісних дестинацій; максимізувати потенціал фінансової політики ЄС щодо розвитку туризму.

Був розроблений регулярно оновлюваний план реалізації, в якому викладено основні ініціативи, які мають бути реалізовані в рамках стратегії у співпраці з державними органами, туристичними асоціаціями та іншими зацікавленими сторонами у сфері державного і приватного туризму.

На сьогоднішній день Комісія успішно виконала більшість дій, викладених в Повідомленні, зосередивши увагу на таких пріоритетах [9]: зростання попиту на туризм як всередині ЄС, так і за його межами; поліпшення асортименту пропонованих туристичних продуктів і послуг; підвищення якості

туризму, стійкості, доступності, навичок і використання ІКТ; зміцнення бази соціально-економічних знань в галузі; просування Європи як унікального туристичного напрямку; включення туризму в інші політики ЄС.

У грудні 2013 р. Європейська Комісія започаткувала дві громадські консультації, щоб отримати думку туристичного сектору щодо «Європейського туризму майбутнього» та «Нормативно-адміністративної бази щодо туризму в ЄС».

Метою першої Консультації було визначити ключові виклики і можливості європейської туристичної індустрії та допомогти переглянути план дій для туристичного сектору, прийнятий Європейською Комісією у 2010 р. у повідомленні «Європа — світовий туристичний напрямок № 1 — нова політична база для туризму в Європі». У другій Консультації зацікавленими сторонами було визначено політичні ініціативи чи адміністративні практики, які накладають тягар на туристичний бізнес, а також приклади належних практик, які позитивно впливають на галузь.

Для ефективного прийняття рішень, що визначають політику в сфері туризму, вкрай важливо мати у своєму розпорядженні широкий спектр надійної статистичної інформації. Тільки за наявності достатніх та адекватних даних можна проводити різні види аналізу сфери туризму. Ключовим індикатором оцінки розвитку міжнародних аспектів туризму є аналіз зовнішньої торгівлі туристичними послугами, її обороту та сальдо.

Понятійно-категоріальний апарат зовнішньої торгівлі послугами в цілому та туристичними послугами зокрема надано у Методологічних положеннях зі статистики зовнішньої торгівлі послугами [11]. Так, послуги з подорожей «охоплюють товари і послуги, придбані в країні відвідування нерезидентами цієї країни для власного споживання або подальшого передання третій особі. Сюди відносяться послуги з проживання, витрати на продукти харчування та напої, витрати на транспортне обслуговування на території країни відвідування (споживання яких здійснюється на території країни-виробника). Також включаються витрати на подарунки, сувеніри та будь-які інші

предмети, придбані для особистого користування приїжджими, які можуть бути вивезені з відвідуваної країни. Включаються куплені нерезидентом або надані нерезиденту під час подорожі товари і послуги для власного користування або подарунки, які за інших обставин можна було б віднести до інших груп, такі як поштові послуги, телекомунікаційні послуги та транспорт. Сюди також включаються транспортні послуги, надані в межах країни відвідування, коли такі послуги надаються транспортними компаніями-резидентами такої країни, за винятком міжнародних пасажирських перевезень» [11]. Тоді як, «туристичні послуги охоплюють товари і послуги, придбані особами, що виїжджають за кордон, у цілях, відмінних від ділових, наприклад, для проведення відпустки, участі в розважальних і культурних заходах, відвідування друзів і родичів, паломництва, а також для навчання і проходження курсу лікування» [11].

За даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку (United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)) [12] та Світової організації торгівлі (World trade organization (WTO)) [13], найбільшими експортерами послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС у 2016–2018 р. були Іспанія (60462,25 млн дол. США; 67943,63 млн дол. США; 72857,56 млн дол. США відповідно), Франція (54495,67 млн дол. США; 60529,81 млн дол. США; 65782,1 млн дол. США відповідно), Велика Британія (47906,25 млн дол. США; 51210,87 млн дол. США; 54181,56 млн дол. США відповідно), Італія (40218,79 млн дол. США; 44123,18 млн дол. США; 48410,2 млн дол. США відповідно) та Німеччина (37429,96 млн дол. США; 39724,03 млн дол. США; 42617,99 млн дол. США відповідно) (табл. 1).

Зазначені країни-лідери експортери послуг, пов'язаних з туризмом та подорожа-

Таблиця 1

Динаміка обсягів експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торговельний партнер — усі країни світу), млн. дол. США, 2016–2018 рр. (складено та розраховано автором за даними [12; 13])

Країна	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Австрія	19248,15	20410,25	23215,09	3966,94	20,61
Бельгія	11554,86	12453,27	13404,22	1849,36	16,01
Болгарія	3633,63	4045,01	4416,03	782,4	21,53
Хорватія	9512,05	10641,9	11530,21	2018,16	21,22
Кіпр	2754,32	3120,36	3278,72	524,4	19,04
Чеська республіка	6308,66	6931,99	7414,07	1105,41	17,52
Данія	7495,06	7959,87	8266,53	771,47	10,29
Естонія	1533,79	1626,22	1768,77	234,98	15,32
Фінляндія	2645,92	3381,8	3591,01	945,09	35,72
Франція	54495,67	60529,81	65782,1	11286,43	20,71
Німеччина	37429,96	39724,03	42617,99	5188,03	13,86
Греція	14608,72	16486,53	18403,67	3794,95	25,98
Угорщина	5664,2	6173,92	6827,58	1163,38	20,54
Ірландія	5182,32	5601,77	6105,05	922,73	17,81
Італія	40218,79	44123,18	48410,2	8191,41	20,37
Латвія	898,2	944,34	1050,29	152,09	16,93
Литва	1210,06	1317,79	1412,46	202,4	16,73
Люксембург	4246,52	4540,24	4957,43	710,91	16,74
Мальта	1445,19	1721,89	1819,27	374,08	25,88
Нідерланди	14924,09	16601,69	18525,55	3601,46	24,13
Польща	10961,28	12693,73	13955,78	2994,5	27,32
Португалія	14027,11	17075,78	19311,44	5284,33	37,67

Країна	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Румунія	1734,13	2522,34	2752,25	1018,12	58,71
Словацька Республіка	2746,35	2916,17	3173,53	427,18	15,55
Словенія	2422,92	2743,08	3168,66	745,74	30,78
Іспанія	60462,25	67943,63	72857,56	12395,31	20,50
Швеція	12746,64	14143,17	14926,98	2180,34	17,11
Об'єднане Королівство	47906,25	51210,87	54181,56	6275,31	13,10
ЄС	398017,1	439584,6	477124	79106,91	19,88

ми, серед країн ЄС також входять до Топ-10 найпопулярніших та найвідвідуваніших дестинацій у світі. Так, у 2018 р. на Францію припадало 89,400 тис. відвідувачів (1 місце світового рейтингу), на Іспанію — 82,773 тис. відвідувачів (2 місце світового рейтингу), на Італію — 62,146 тис. відвідувачів (5 місце світового рейтингу), на Німеччину — 38,881 тис. відвідувачів (8 місце світового рейтингу), на Велику Британію — 36,316 тис. відвідувачів (10 місце світового рейтингу) [14].

У рейтингу країн світу за надходженнями від міжнародного туризму визначені країни також посідають позиції лідеру чарту, а саме: Іспанія — 2 місце рейтингу (73,765 млн дол. США), Франція — 3 місце рейтингу (67,370 млн дол. США), Велика Британія — 5 місце рейтингу (51,882 млн дол. США), Італія — 6 місце рейтингу (49,262 млн дол. США), Німеччина — 8 місце рейтингу (42,977 млн дол. США) [14].

Найбільший приріст обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС за аналізований період (2016–2018 рр.) відбувся у Румунії (+58,71, що становило 1018,12 млн дол. США), Португалії

(+37,67 % — 5284,33 млн дол. США), Фінляндії (+35,72 % — 945,09 млн дол. США), Словенії (+30,78 % — 745,74 млн дол. США) та Польщі (+27,32 % — 2994,5 млн дол. США). Загалом по ЄС приріст обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами до інших країн світу, склав 19,88 %, що дорівнює 79106,91 млн дол. США.

Досліджуючи динаміку обсягів імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС, доцільно дійти висновку про наявність таких лідерів серед країн-імпортерів зазначених видів послуг у 2016–2018 рр., а саме: Німеччина (79735,84 млн дол. США; 88842,95 млн дол. США; 93035,63 млн дол. США відповідно), Велика Британія (73179,2 млн дол. США; 71428,3 млн дол. США; 76582,17 млн дол. США відповідно), Франція (40244,01 млн дол. США; 41325,34 млн дол. США; 47272,17 млн дол. США відповідно), Італія (24939,52 млн дол. США; 27673,51 млн дол. США; 29879,75 млн дол. США відповідно) та Іспанія (19289,07 млн дол. США; 22233,56 млн дол. США; 25628,28 млн дол. США відповідно) (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка обсягів імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС (торговельний партнер — усі країни світу), млн дол. США, 2016–2018 рр. (складено та розраховано автором за даними [12; 13])

Країна	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Австрія	9734,14	10653,63	11821,57	2087,43	21,44
Бельгія	19401,9	20645,77	22313,44	2911,54	15,01
Болгарія	1356,86	1684,14	1857,39	500,53	36,89
Хорватія	943,16	1354,18	1646,78	703,62	74,60
Кіпр	1095,09	1315,08	1428,25	333,16	30,42
Чеська республіка	4919,01	5428,31	5931,78	1012,77	20,59

Країна	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Данія	9175,83	9760,46	10515,12	1339,29	14,60
Естонія	1161,35	1246,12	1473,91	312,56	26,91
Фінляндія	5191,17	5571,35	6034,38	843,21	16,24
Франція	40244,01	41325,34	47272,17	7028,16	17,46
Німеччина	79735,84	88842,95	93035,63	13299,79	16,68
Греція	10277,59	11329,99	12784,6	2507,01	24,39
Угорщина	2161,76	2449,34	2617,12	455,36	21,06
Ірландія	6219,89	6551,74	7393,23	1173,34	18,86
Італія	24939,52	27673,51	29879,75	4940,23	19,81
Латвія	694,66	720,08	770,18	75,52	10,87
Литва	1012,28	1108,86	1189,66	177,38	17,52
Люксембург	2856,08	2981,75	3186,44	330,36	11,57
Мальта	407,84	466,53	511,52	103,68	25,42
Нідерланди	19893,48	21473,36	22434,17	2540,69	12,77
Польща	7966,96	8801,61	9685,02	1718,06	21,56
Португалія	4258,68	4837,74	5530,66	1271,98	29,87
Румунія	2134,7	3468,46	4281,59	2146,89	100,57
Словацька Республіка	2237,3	2394,87	2606,21	368,91	16,49
Словенія	944,54	994,03	1163,7	219,16	23,20
Іспанія	19289,07	22233,56	25628,28	6339,21	32,86
Швеція	14886,71	17023,94	18002,2	3115,49	20,93
Об'єднане Королівство	73179,2	71428,3	76582,17	3402,97	4,65
ЄС	366318,6	393765	427576,9	61258,3	16,72

Найбільший приріст обсягу імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС за аналізований період (2016–2018 рр.) відбувся у Румунії (+100,57 %, що становило 2146,89 млн дол. США), Хорватії (+74,60 % — 703,62 млн дол. США), Болгарії (+36,89 % — 500,53 млн дол. США), Іспанії (+32,86 % — 6339,21 млн дол. США) та Кіпрі (+30,42 % — 333,16 млн дол. США). Загалом по ЄС приріст обсягу імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами до інших країн світу склав, 16,72 %, що дорівнює 61258,3 млн дол. США.

Досліджуючи зовнішньоторговельний оборот послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС, який відбиває обсяги міжнародного обміну відповідними послугами, доцільно виокремити країни, які домінують у цьому напрямку, а саме: Німеччина — 117165,8 млн дол. США у 2016 р., 128566,98 млн дол. США у 2017 р.,

135653,62 млн дол. США у 2018 р., Велика Британія — 121085,45 млн дол. США, 122639,17 млн дол. США, 130763,73 млн дол. США відповідно, Франція — 94739,68 млн дол. США, 101855,15 млн дол. США, 113054,27 млн дол. США відповідно, Іспанія — 79751,32 млн дол. США у, 90177,19 млн дол. США, 98485,84 млн дол. США відповідно, Італія — 65158,31 млн дол. США, 71796,69 млн дол. США, 78289,95 млн дол. США відповідно (рис. 1).

Найменші обсяги зовнішньоторговельного обороту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС за досліджуваний період було зафіксовано у Словенії, Естонії, Литві, Мальті та Латвії.

Ключовим показником зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, є сальдо зовнішньої торгівлі відповідними послугами — різниця між фінансовими надходженнями (як оплата за

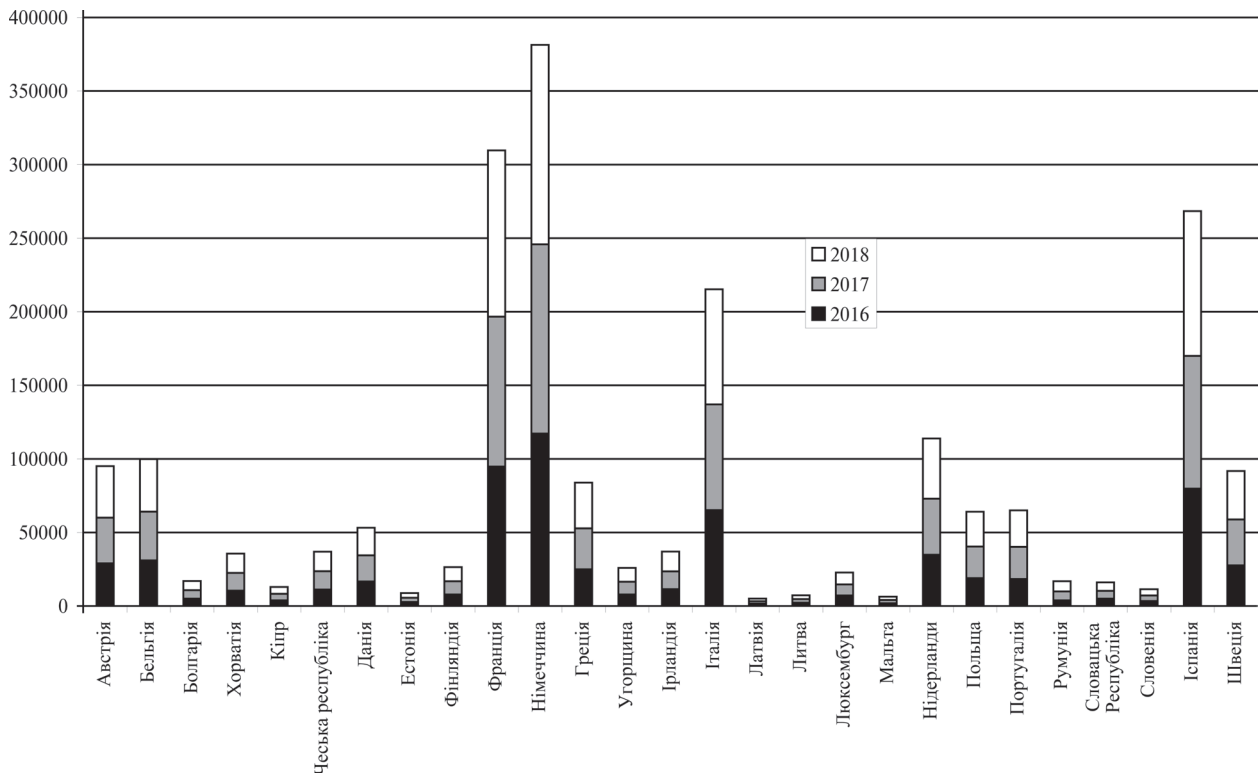


Рис. 1. Зовнішньоторговельний оборот послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торговельний партнер — усі країни світу), млн дол. США, 2016–2018 рр. (складено автором за даними [12; 13])

надані туристичні послуги українськими виробниками) й витратами (як оплата за отримані українськими споживачами від закордонних виробників туристичних послуг) за певний проміжок часу. Перевищення обсягу надходжень фінансів свідчить про позитивне сальдо, перевищення обсягу витрат — про негативне [11].

2016–2018 рр. відзначились для ЄС позитивним сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, а отже, перевищенням експорту над імпортом і досягло 31698,47 млн дол. США, 45819,63 млн дол. США, 49547,08 млн дол. США відповідно. За розподілом країн у п'ятірку держав-лідерів увійшли Іспанія, Італія, Франція, Португалія та Австрія, позитивне сальдо яких у 2018 р. склало 47229,28 млн дол. США, 18530,45 млн дол. США, 18509,93 млн дол. США, 13780,78 млн дол. США та 11393,52 млн дол. США відповідно (рис. 2).

Найбільше негативне сальдо зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами, у 2016–2018 рр. було зафіксовано у Швеції, Нідерландах, Бельгії,

Об'єднаному Королівстві та Німеччині, що свідчить про перевищення імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, над експортом, отже країни більше купують відповідні послуги, ніж продають.

Обсяги зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами тісно пов'язані з туристичними потоками, адже вартість послуг з подорожей «складається з вартості видів послуг, наданих юридичною особою тим, хто в'їжджає/виїжджає з країни відвідування, і вартості товарів та послуг, придбаних ними в цій країні для особистого використання, за умови, що термін їх перебування у відвідуваній ними країні не перевищує одного року» [11]. Отже, наступним кроком аналізу стратегічних імперативів стійкого розвитку туризму в країнах ЄС є аналіз динаміки міжнародних туристичних та рекреаційних потоків до країн ЄС.

Висновки. З'ясовано, що пріоритетними завданнями політики ЄС у сфері розбудови туризму є: зростання попиту на туризм як всередині ЄС, так і за його межами; поліпшення асортименту пропонованих туристичних про-

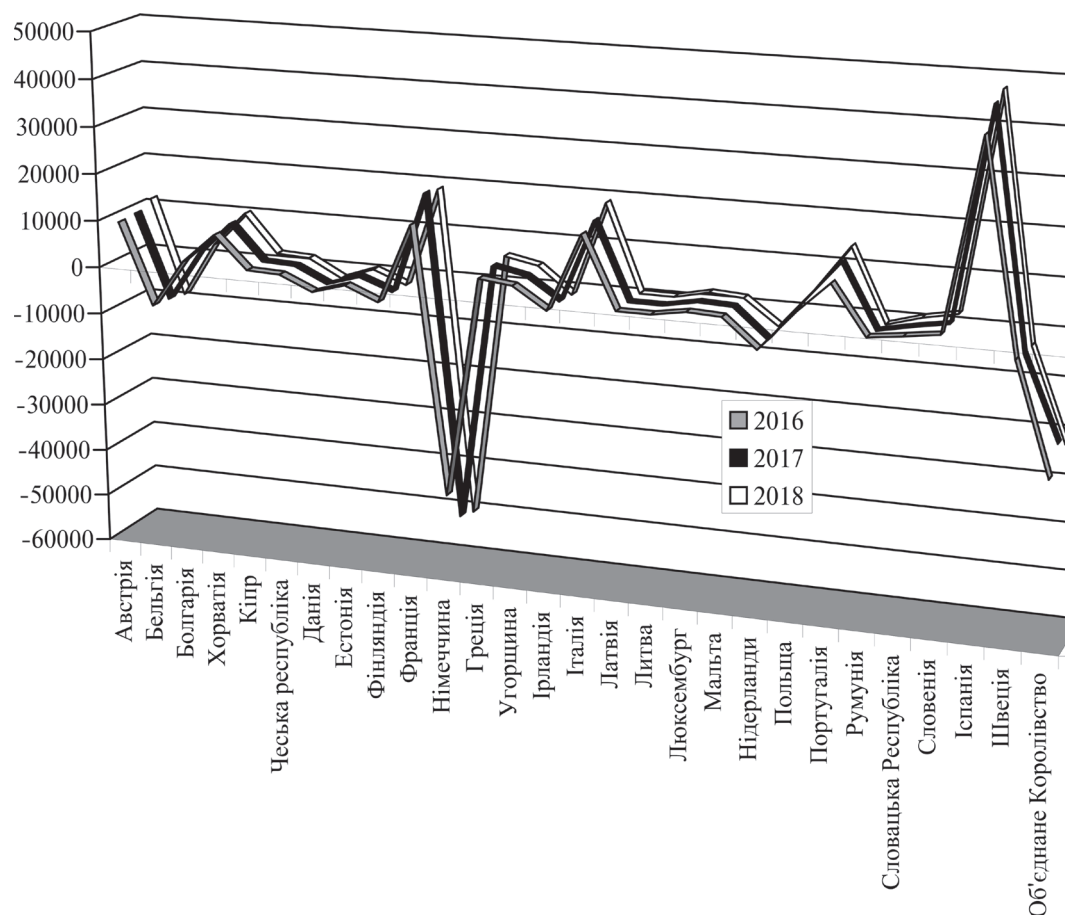


Рис. 2. Сальдо зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торговельний партнер — усі країни світу), млн дол. США, 2016–2018 рр. (складено автором за даними [12; 13])

дуктів і послуг; підвищення якості туризму, стійкості, доступності, навичок і використання ІКТ; зміцнення бази соціально-економічних знань в галузі; просування Європи як унікального туристичного напрямку; включення туризму в інші політики ЄС. У зв'язку з тим, що компетенція ЄС у сфері туризму — це підтримка і координація дій у сфері туризму у доповнення до дій країн-членів ЄС, більш змістовною та інформативною є діагностика зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами в країнах ЄС, за окремими країнами, ніж по ЄС в цілому. Так, проведений аналіз дозволив виявити основні особливості, а саме: 1) ключовими експортерами послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС є Іспанія, Франція, Велика Британія, Італія та Німеччина; 2) найбільший приріст обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС відбувся у Румунії, Португалії, Фінляндії, Словенії та Польщі; 3) лідерами серед країн-імпортерів

послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС є Німеччина, Велика Британія, Франція, Італія та Іспанія; 4) найбільший приріст обсягу імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС відбувся у Румунії, Хорватії, Болгарії, Іспанії та Кіпрі; 5) країнами ЄС, які домінують за зовнішньоторговельним оборотом послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, є Німеччина, Велика Британія, Франція, Іспанія, Італія; 6) найбільше позитивне сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС зафіксовано в Іспанії, Італії, Франції, Португалії та Австрії; 7) найбільше негативне сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС було зафіксовано у Швеції, Нідерландах, Бельгії, Об'єднаному Королівстві та Німеччині.

Перспективою подальших досліджень є аналіз соціально-економічних індикаторів розвитку туризму у країнах ЄС.

Список літератури

1. World Tourism Organization (2018). European Union Tourism Trends, UNWTO, Madrid, DOI : <https://doi.org/10.18111/9789284419470>. Available at : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419470>.

2. Білоцерківський О. Б. Туристичні послуги як важливий аспект міжнародної торгівлі. *Інтелект XXI*. 2018. № 2. С. 12–15.

3. Скарга О. О. Транснаціоналізація ринку туристичних послуг на етапі глобалізації: концептуально-організаційний аспект. *Проблеми економіки*. 2020. № 2 (44). С. 63–70.

4. Sardak, S., Dzhyndzhoian, V., Samoilenko, A. (2016). Global innovations in tourism. *Innovative Marketing*, no. 3 (12), pp. 45–50.

5. Jensen, C., Zhang J. (2013). Trade in tourism services: Explaining tourism trade and the impact of the general agreement on trade in services on the gains from trade. *The Journal of International Trade & Economic Development*, vol. 22, issue 3, pp. 398–429, DOI : 10.1080/09638199.2011.574723.

6. Chaisumpunsakul, W., Pholphirul, P. (2018). Does international trade promote international tourism demand? Evidence from Thailand's trading partners. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, vol. 39, issue 3, pp. 393–400, DOI: 10.1016/j.kjss.2017.06.007.

7. Leitão, N. C. (2011). Intra-Industry Trade in Tourism Services. *Theoretical and Applied Economics*, vol. XVIII, no. 6 (559), pp. 55–62.

8. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, від 27.06.2014. *Відомості Верховної Ради*, 2014, № 40, ст. 2021. URL : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/984_011.

9. European Commission (2010). Overview of EU Tourism Policy. Available at : https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview_en.

10. European Commission (2010). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions “Europe, the world’s No 1 tourist destination — a new political framework

for tourism in Europe”. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>.

11. Методологічні положення зі статистики зовнішньої торгівлі послугами. Київ: Державна служба статистики України, 2014. 55 с. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/menu/menu_/2_zed.htm.

12. United Nations Conference on Trade and Development. Available at : <https://unctad.org>.

13. World trade organization. Available at : <https://www.wto.org>.

14. World Tourism Organization (2019). International Tourism Highlights. Available at : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>.

References

1. World Tourism Organization (2018). European Union Tourism Trends, UNWTO, Madrid, DOI : <https://doi.org/10.18111/9789284419470>. Available at : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419470>.

2. Bilotserkivskiy, O. B. (2018). *Turystychni posluhy yak vazhlyvyi aspekt mizhnarodnoi torhivli* [Tourist services as an important aspect of international trade]. *Intelect XXI* [Intellect of XXI], no. 2, pp. 12–15.

3. Skarha, O. O. (2020). *Transnatsionalizatsiia rynku turystychnykh posluh na etapi hlobalizatsii: kontseptualno-orhanizatsiinyi aspekt* [Transnationalisation of the travel services market at the globalization stage: conceptual and organizational aspects]. *Problemy ekonomiky* [Problems of the economy], no. 2 (44), pp. 63–70.

4. Sardak, S., Dzhyndzhoian, V., Samoilenko, A. (2016). Global innovations in tourism. *Innovative Marketing*, no. 3 (12), pp. 45–50.

5. Jensen, C., Zhang J. (2013). Trade in tourism services: Explaining tourism trade and the impact of the general agreement on trade in services on the gains from trade. *The Journal of International Trade & Economic Development*, vol. 22, issue 3, pp. 398–429, DOI : 10.1080/09638199.2011.574723.

6. Chaisumpunsakul, W., Pholphirul, P. (2018). Does international trade promote international tourism demand? Evidence from Thai-

land's trading partners. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, vol. 39, issue 3, pp. 393–400, DOI : 10.1016/j.kjss.2017.06.007.

7. Leitão, N. C. (2011). Intra-Industry Trade in Tourism Services. *Theoretical and Applied Economics*, vol. XVIII, no. 6 (559), pp. 55–62.

8. Verkhovna Rada of Ukraine (2014). Association Agreement between the European Union and the European Atomic Energy Community and their member states, of the one part, and Ukraine, of the other part. Available at : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/984_011.

9. European Commission (2010). Overview of EU Tourism Policy. Available at : https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview_en.

10. European Commission (2010). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European

Economic and Social Committee and the Committee of the Regions “Europe, the world’s No 1 tourist destination — a new political framework for tourism in Europe”. Available at : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>.

11. State Statistics Service of Ukraine (2014). Methodological provisions on statistics of foreign trade in services. Available at : http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/menu/menu_2_zed.htm.

12. United Nations Conference on Trade and Development. Available at : <https://unctad.org>.

13. World trade organization. Available at : <https://www.wto.org>.

14. World Tourism Organization (2019). International Tourism Highlights. Available at : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>.

Objective. *The objective of the article is to highlight the key trends in the development of foreign trade in services related to tourism and travel in the EU countries.*

Methods. *To achieve the set tasks and goals, the following research methods are used in the work: systematic and complex analysis, computational and analytical (to identify key trends in the development of foreign trade in services related to tourism and travel in the EU), graphic and tabular methods (for visualization of statistical material).*

Results. *The main principles of the EU tourism policy are outlined, aimed at maintaining Europe’s position as a leading tourist destination while maximizing the industry’s contribution to growth and employment, as well as promoting cooperation between EU countries, in particular through the exchange of best practices. The analysis of foreign trade in services related to tourism and travel in 2016–2018 in the EU countries, using the data of the UN Conference on Trade and Development, the World Trade Organization, the World Tourism Organization, revealed the key trends, namely: 1) key exporters of services related to tourism and travel in the EU are Spain, France, Great Britain, Italy, and Germany; 2) the largest increase in the volume of exports of services related to tourism and travel in the EU countries was recorded in Romania, Portugal, Finland, Slovenia, and Poland; 3) the leaders among the countries-importers of services related to tourism and travel in the EU are Germany, Great Britain, France, Italy, and Spain; 4) the largest increase in the volume of imports of services related to tourism and travel in the EU countries was recorded in Romania, Croatia, Bulgaria, Spain, and Cyprus; 5) EU countries that dominate in foreign trade turnover of services related to tourism and travel are Germany, Great Britain, France, Spain, Italy; 6) the largest positive balance of foreign trade in services related to tourism and travel among the EU countries was recorded in Spain, Italy, France, Portugal, and Austria; 7) the largest negative balance of foreign trade in services related to tourism and travel among the EU countries was recorded in Sweden, the Netherlands, Belgium, the United Kingdom, and Germany.*

Key words: *foreign trade in services, tourism services, tourism, service sector, tourism industry, export of services, import of services, foreign trade turnover of services, balance of foreign trade in services.*

Надійшла до редакції 21.04.2021

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-82-90

JEL Q57

УДК: 338

Снігур К. В.,
асистент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: snigur@donnuet.edu.ua

ЗЕЛЕНІ ЗОНИ МІСТ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ, МОЖЛИВОСТІ ТА ПРИОРІТЕТИ РОЗВИТКУ

UDC 338

Snihur K. V.,
Assistant Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: snigur@donnuet.edu.ua

GREEN ZONES OF UKRAINIAN CITIES: PROBLEMS, OPPORTUNITIES AND PRIORITIES OF DEVELOPMENT

Мета. Мета статті — визначення проблем, можливостей та пріоритетів розвитку зелених зон міст України.

Методи. Результати наукового дослідження одержано з використанням комплексу загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, а саме: теоретичного узагальнення (для дослідження сутності визначення «зелена зона міста»), факторного аналізу, системного аналізу та синтезу (для визначення функцій зелених зон міст та способів вимірювання економічної цінності міських зелених зон), статистичного методу (для обробки і аналізу інформації щодо структури площ зелених насаджень України, ландшафтно-урбанізаційної структури зелених насаджень міст та обробки статистичних даних щодо дотримання містами санітарних норм щодо площ зелених насаджень), абстрактно-логічного методу (при визначенні основних проблем, можливостей та пріоритетів розвитку міських зелених зон), абстрактно-теоретичного методу (для теоретичного узагальнення та формування висновків).

Результати. У результаті дослідження встановлено, що зелену зону міста варто розглядати як сукупність різноманітних зелених насаджень, які виступають функціональною складовою просторової організації території міста і приміської території; визначено, що основними функціями міських зелених зон є економічна, екологічна та соціальна, які реалізуються за такими напрямками: економічного розвитку, захисту та санації міського довкілля, рекреації та туризму, архітектурного планування, охорони та збереження ландшафтів. За результатами обробки і аналізу статистичних даних щодо структури площ зелених насаджень України та ландшафтно-урбанізаційної структури зелених насаджень міст встановлено, що у структурі зелених насаджень міст України площі загального користування становлять 45 %, обмеженого користування та спеціального призначення — 30 % і 25 % відповідно, а співвідношення площ зелених насаджень загального користування показує, що площа парків культури та відпочинку, міських парків та скверів становить майже 41 %, набережних та бульварів — 20 %, гідропарків, лугопарків, лісопарків — 13 % та інших об'єктів благоустрою — 33 %. На основі аналізу визначено, що дотримуються санітарних норм щодо площ зелених насаджень у містах лише 16,7 % міст, а 25 % міст мають показник нижчий за середній по Україні. За результатами дослідження встановле-

© К. В. Снігур, 2021

но відсутність національної політики розвитку зелених зон міста і запропоновано шляхи формування ефективного зеленого та рекреаційного просторів українських міст.

Ключові слова: місто, зелена зона, рекреація, зелена зона міста, міські зелені насадження, рекреаційний простір.

Постановка проблеми. Основоположною складовою сталого розвитку сучасного міста є багатofункціональні зелені зони, що забезпечують щоденну рекреацію та відновлення фізичних і психофізіологічних параметрів міського населення, а також задоволення пізнавальних інтересів різних вікових груп. Міські зелені насадження є важливою складовою стійкого розвитку міст, яка забезпечує цілу низку переваг, як на національному, так і на місцевому рівнях. Більш того, з посиленням сталого міського планування ідеал «зеленого міста» ствердився у глобальному масштабі. Вперше зелена територія міста (як складова зеленого простору міста) була визнана як міжнародний пріоритет через її включення до Цілей сталого розвитку. Згідно з п. 11.7 Глобальних цілей сталого розвитку, за цілями міст, зазначено: «До 2030 року забезпечити універсальний доступ до безпечних, інклюзивних та доступних, зелених та громадських просторів, зокрема для жінок та дітей, людей похилого віку та осіб з інвалідністю» [1]. Щодо національних цілей, то розвиток зелених зон можна трактувати у таких цілях: «11.3 Забезпечити збереження культурної і природної спадщини із залученням приватного сектору»; «11.5 Зменшити негативний вплив забруднювальних речовин, у т. ч. на довкілля міст, шляхом використання інноваційних технологій»; «11.6 Забезпечити розробку і реалізацію стратегій місцевого розвитку, спрямованих на економічне зростання, створення робочих місць, розвиток туризму, рекреації, місцевої культури і виробництво місцевої продукції» [1].

Прискорення розвитку зелених зон в українських містах є надзвичайно важливим завданням, адже підприємства зеленого господарства, які займалися озелененням та доглядом за зеленими зонами, за останні десятиліття через недостатнє фінансування у багатьох містах скоротили обсяги діяль-

ності. Служби контролю за дотриманням законодавчих вимог у сфері озеленення і утримання зелених зон або ліквідовані, або настільки обмежені у своїх правах, що не мають реального впливу на існуючий стан справ [2]. Як наслідок, площі насаджень загального користування у містах істотно скоротилися — території садів, парків і скверів часто відводять під будівельні майданчики, а враховуючи сучасні тенденції у містобудуванні та пріоритети щодо розподілу земель під забудівлі, то ані індекс озеленення, ані санітарно-гігієнічні аспекти при плануванні територій не враховуються. Тому у сучасних соціально-економічних та екологічних умовах необхідна розробка й впровадження єдиних концептуальних положень розвитку зелених територій та зеленого простору міст, якісно нових пропозицій щодо можливих шляхів і пріоритетів їх розвитку, ґрунтуючись не лише на економічних, а й на функціональних та естетичних аспектах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відповідно до «Правил утримання зелених насаджень у населених пунктах України» під зеленою зоною розуміють сукупність міських і приміських зелених насаджень, межі яких наносяться на картографічні матеріали органами архітектури (на генеральні плани, схеми та проекти районного планування), лісогосподарськими органами (на плани лісонасаджень), місцевими органами самоврядування, та яка виконує захисні і санітарно-гігієнічні функції і є місцями рекреації населення [3]. Державні будівельні норми ДБН 360-92 «Містобудування. Планування та забудова міських і сільських поселень» регламентують зелені зони як системи озеленених територій міста в поєднанні із заміськими (лісами, лісопарками, лугопарками, гідропарком тощо) [4].

Колектив авторів О. Дмитрук, Ю. Олішевська, Т. Купач та С. Дем'яненко визначають зелену зону міста як сукупність різнома-

нітних зелених насаджень, що виступають функціональною складовою просторової організації території міста та приміської території і формуються з метою покращання екологічного стану міського середовища. Науковці наголошують, що формування й розвиток зеленої зони зумовлене виконанням нею двох основних функцій — екологічної та соціальної, які реалізуються за такими напрямками: захисту та санації міського довкілля, рекреації та туризму, архітектурного планування, охорони та збереження ландшафтів [5]. Більш широке визначення сформулював проф. В. Кучерявий: зелена зона міста — це система природних та природно-антропогенних елементів урболандшафтів, яка є своєрідним екологічним каркасом планувальної структури міста і виконує рекреаційну, природоохоронну, санітарно-гігієнічну, естетичну та соціальну функції для створення здорового довкілля, підтримки і збереження біорізноманіття та рекреаційної діяльності населення [6].

На відміну від вище згаданих авторів та виділених ними функцій зелених зон, J. L. Crompton визначає економічні функції зелених зон. Зокрема автор наголошує, що зелені зони дають багато економічних вигод громаді. Насамперед сприяють місцевій економіці, охороняючи їх цінні землі, стимулюють залучення приватних інвестицій та зростання рекреації і туризму. Вартість землі підвищується відносно до того, як близько майно знаходиться до зелених та рекреаційних зон. Крім того, науковець відзначає, що міська влада має прагнути запропонувати громаді недорогі або безкоштовні програми розваг чи подій, визнаючи, що мешканці повинні отримувати такі послуги за податки на майно. Публічні заходи, мистецькі події або міські святкування, які організуються зазвичай у таких зелених зонах, несуть значний позитивний вплив на громаду [7].

J. L. Crompton пропонує два способи вимірювання економічної цінності міських зелених зон. Перший тип виміру фіксує капіталізацію вартості парків, вимірюючи їх вплив на вартість землі та майно у їх безпосередній зоні. Другий тип виміру — це економіч-

на цінність, яку мешканці міського району отримують від відвідувачів, підприємств та рекреантів [7].

Групу джерел дослідження складають нормативні документи Верховної Ради України [8] і Міністерства розвитку громад та територій України [9].

Мета статті — визначення проблем, можливостей та пріоритетів розвитку зелених зон міст України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з «Правилами утримання зелених насаджень у населених пунктах України», залежно від виконуваних функцій зелена зона створює просторово пов'язані насадження міста та приміської території і поділяється на три види: зелені насадження загального користування (міські і районні парки, спеціалізовані парки, парки культури та відпочинку; парки на територіях зоопарків та ботанічних садів, міських садів і садів житлових районів, міжквартальних або при групі житлових будинків; скверів, бульварів, насадження на схилах, набережних, лісопарків, лугопарків, гідропарків); зелені насадження обмеженого користування (насадження на територіях громадських і житлових будинків, шкіл, дитячих установ, вищих та середніх спеціальних навчальних закладів, закладів охорони здоров'я, промислових підприємств і складських зон, санаторіїв, культурно-освітніх і спортивно-оздоровчих установ); зелені насадження спеціального призначення (насадження транспортних магістралей і вулиць; на ділянках санітарно-захисних зон довкола промислових підприємств; на територіях виставок, кладовищ і крематоріїв, ліній електропередачі високої напруги; лісомеліоративні, водоохоронні, вітрозахисні, протиерозійні, насадження розсадників, квітникарських господарств, пришляхові насадження в межах населених пунктів [10]. Загальна площа зелених зон в Україні 286 тис. гектарів (табл. 1). Головними об'єктами системи зелених насаджень міста є зелені насадження загального користування культурного і рекреаційного призначення, площа яких у 2019 році склала близько 129 тис. гектарів.

Таблиця 1
Площі зелених насаджень в містах України [10]

№ з/п	Вид зелених насаджень	Площа, га
1	Загального користування	129222,0
2	Обмеженого користування	86815,5
3	Спеціального призначення	69991,5
Загальна площа зелених насаджень		286028,9

У структурі зелених насаджень в містах України площі загального користування становлять 45 %, обмеженого користування та спеціального призначення — 30 % і 25 % відповідно.

Щодо ландшафтно-урбанізаційної структури зелених насаджень загального користування, то площа парків культури та відпочинку, міських парків та скверів становила майже 52,2 тис. га; набережних та бульварів — більше як 4 тис. га. Площа гідропарків, лугопарків, лісопарків становила 29,9 тис. гектарів (табл. 2).

Співвідношення площ зелених насаджень загального користування показує, що площа парків культури та відпочинку, міських парків та скверів становила майже 41 %; набережних та бульварів — 20 %. Частка гід-

Таблиця 2
Ландшафтно-урбанізаційна структура зелених зон загального користування [10]

Площа зелених зон загального користування	З них:					
	Парки культури та відпочинку	Парки міські, районні, сади житлових районів при житлових будинках	Сквери	Набережні та бульвари	Гідропарки, лугопарки, лісопарки	Інші об'єкти благоустрою міст
129222,0	17715,05	25430,77	9151,91	4385,35	29283,86	43255,04

ропарків, лугопарків, лісопарків становить 13 %. Найбільшу частку мають інші об'єкти благоустрою — 33 %.

Зелені зони у великих містах України, залежно від місця їх розташування, поділяються на 3 групи: в оточенні міської забудови, у передмісті і в зоні відпочинку та вклинені в місто. Враховуючи практики розміщення зелених зон у міській забудові, зазвичай вони невеликі за розмірами. Їх планування багато в чому обумовлюється характером забудови прилеглих ділянок, руху транспорту, пішоходів та інших факторів, які часто несприятливо впливають на зону, хоча у Державних та галузевих будівельних нормах зазначено, що площу зелених зон варто розраховувати відповідно до конкретних містобудівних і природних умов. Допустима кількість одночасних відвідувачів парків 100 осіб/га [2]. Крім того, зазначено, що зелені зони для короткотривалої рекреації потрібно розміщувати з урахуванням їх доступності на громадсько-

му транспорті не більше 1,5 год. Щодо зон тривалої рекреації, то відстань до таких зелених зон взагалі не нормується, лише зазначається, що її варто розміщувати за межами населених пунктів у найбільш сприятливих умовах [5].

За результатом аналізу статистичних даних щодо площ міських зелених насаджень загального користування та чисельності населення міст, встановлено, що дотримуються санітарних норм щодо площ зелених насаджень у містах, не менше за 20 м²/особу, лише 16,7 % міст — Краматорськ, Кропивницький, Вінниця та Київ. 25 % міст мають показник нижчий за середній по Україні, 16,3 м²/особу, хоча він також не відповідає санітарним нормам. Згідно з вимогами Всесвітньої організації охорони здоров'я, оптимальною для міського мешканця вважають площу зелених насаджень на рівні 50 м²/особу. У містах, де розміщуються промислові підприємства I і II класу шкідливості, наве-

дені норми слід збільшувати на 15–20 %, а при розташуванні міста серед лісових масивів — зменшити на 20 % (рис. 1) [2].

Роль і значення міських зелених зон останніми роками постійно зростає. Однак переважна більшість зелених насаджень в містах України були закладені в 60–80-ті роки минулого століття, і нині значна частина дерев мають вік 50 і більше років, а критичний вік

дерев у міських насадженнях — 60–70 років. В умовах, коли систематичний і кваліфікований догляд відсутній, цей вік зменшується. Уже зараз у містах і селах України необхідно терміново зносити сотні й тисячі аварійних дерев і терміново проводити реконструкцію скверів, садів, бульварів, внутрішньо-квартирних садів та парків. Згідно з нормативами, щороку має оновлюватися 5–9 % існую-

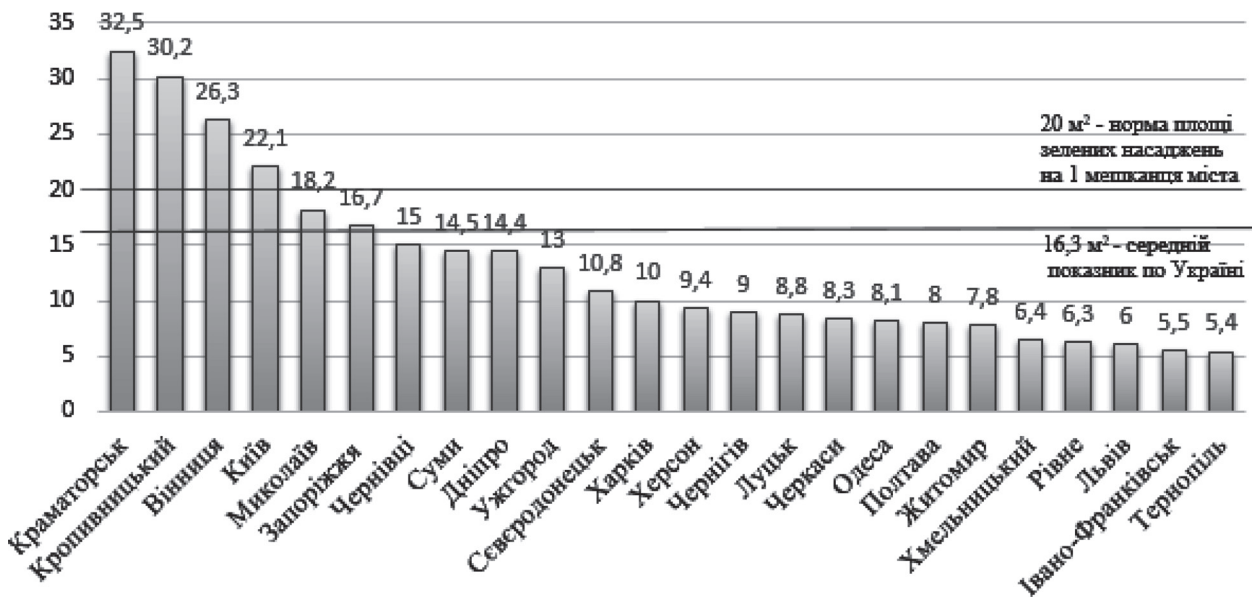


Рис. 1. Площа зелених насаджень у великих містах України (на 1 мешканця, м²)

чих дерев та кушів, впродовж останніх 25–30 років цю роботу в більшості міст не виконували [2]. Тому сьогодні в багатьох містах під час буревію падають сотні аварійних дерев, завдаючи значну шкоду міському господарству і громадянам. Надалі ситуація буде лише погіршуватися, тому відновлення і збереження зелених зон має стати одним із пріоритетних завдань сучасного міського господарства.

Серед причин постійного погіршення стану зелених зон у містах варто визначити:

- недосконалість чинного законодавства, що регулює правові відносини у сфері садово-паркового будівництва й утримання зелених насаджень у містах і селах України;

- недостатнє фінансування для створення й утримання зелених насаджень, яке в Україні здійснюється за залишковим принципом. Наприклад, у 2019 р. на утримання та догляд за зеленими зонами в Україні було виділено лише 1,1 млн гривень [5];

- недосконалість системи управління зеленим господарством та неспроможність

якісного управління фахівцями житлово-комунального господарства;

- екологічні проблеми сучасних міст: збільшення транспортних засобів на вулицях міст, зростання загазованості та запиленості повітря, збільшення рівня шуму та електромагнітного опромінення, зміна клімату та глобальне потепління;

- природне старіння зелених насаджень;

- неактуальність наявних наукових досліджень щодо створення і утримання зелених зон, розробки сучасних технологій догляду та відсутність нових;

- поширення вандалізму або антисоціальної поведінки серед жителів та гостей міст.

Зрештою, сприйняття громадою зелених зон, зелених просторів та рекреаційних просторів відрізняється від його сприйняття європейцями. Для більшості те, що знаходиться за межами власного двору, — громадське, а воно нічийне. Таке ставлення до суспільної власності сформувалося в радянські часи, і

істотних змін досі не відбулося. Необхідна тривала і наполеглива виховна робота та жорстке оперативне реагування правоохоронних органів на будь-які факти пошкодження зелених зон та посилення адміністративної і кримінальної відповідальності за ці порушення.

В українських містах лише кілька років тому розпочалось точкове впровадження локальних програм у сфері міського озеленення, але і вони, в основному, спрямовані на зменшення температури в місті, організації «точок прохолоди» та затінення як захисту від теплового стресу населення. А щодо державних чи загальноміських проектів, які б реалізувала влада спільно з місцевим самоврядуванням, бізнесом чи громадськими організаціями в напрямках економічного та туристичного розвитку міст, їх адаптації до зміни клімату та зменшення забруднення довкілля, тут потрібно докладати більше зусиль. Міста можуть орієнтуватись у своєму стратегічному розвитку на останні європейські тенденції щодо озеленення міст. Зокрема, на затверджений Європейським Союзом, «Європейський зелений курс» — план дій для озеленення усіх сфер суспільного життя [11]. Курс складається з дев'яти основних елементів, кожен з яких спрямований на досягнення головної мети — зробити Європу першим клімат-нейтральним континентом до 2050 року. «Європейський зелений курс» затверджений у форматі Комюніке «Європейський зелений курс» та Дорожньої карти до нього. Комюніке визначає основну мету, завдання, основні напрямки розвитку сфер суспільного життя, а Дорожня карта містить конкретні кроки та їх часові рамки, такі як розробку стратегії та внесення змін до законодавства щодо циркулярної економіки, оновлення будівель, біорізноманіття, сільського господарства та інновацій [11].

Україна також долучилась до ініціативи «Європейський зелений курс». На сьогодні створено міжвідомчу робочу групу, затверджено її склад та запропоновано на державному рівні долучитись до реаліза-

ції ініціативи шляхом впровадження принципів сталого розвитку, зменшення викидів парникових газів, підвищення використання альтернативних джерел енергії, збереження природних екосистем, захисту здоров'я та добробуту громадян від наслідків зміни клімату, зменшення виробництва та споживання енергоємних продуктів, забезпечення конкурентоспроможності українських виробників та підприємств [12]. Однак конкретних документів, які б визначали цілі та шляхи їх досягнення, запропоновано не було. Відсутність належної політики на національному рівні ставить міста перед вибором: чекати реакції центральної влади і тоді виконувати їхні вказівки, чи починати діяти самостійно.

Обираючи останній варіант, збільшувати, розширювати та розвивати зелені зони, формувати ефективний рекреаційний простір українські міста можуть шляхом:

1. Підвищення рівня освіченості містян у міських програмах економічного, соціального та екологічного розвитку міста та популяризації екологічних політик міста.

2. Сприяння розвитку політичної та громадської активності містян, заохочення їх до створення й підтримки громадських організацій та політичних партій, основною метою яких є екологічний сталий розвиток.

3. Фінансування об'єднаними територіальними громадами екологічних програм місцевого розвитку і підтримка стартапів у сферах міського озеленення та ландшафтного дизайну, виділення коштів на розвиток охорони навколишнього середовища.

4. Співпраці із закладами фахової та вищої освіти в напрямках створення й реалізації освітніх програм, пов'язаних з архітектурою, містобудуванням і ландшафтним дизайном. Сьогодні заклади вищої освіти пропонують освітні програми: «Ландшафтний дизайн урбанізованого середовища», «Ландшафтний дизайн та озеленення», «Садово-паркове господарство», «Містобудування», «Ландшафтна архітектура», «Екологічна безпека», «Екологія та охорона навколишнього середовища» і т. д;

5. Розробки програм місцевого розвитку з урахуванням актуальних наукових до-

сліджень та інноваційних розробок у сферах містобудування, формування нових шляхів вирішення проблем міста;

6. Заохочення місцевих підприємців та населення до скорочення попиту на енергію з викопних видів палива і переходу на енергію з відновлюваних джерел, затвердження місцевих програм енергетичного переходу до «зеленої» економіки;

7. Запровадження кліматичних стратегій розвитку міст, програм адаптації міст до зміни клімату та місцеве кліматичне лідерство громад у досягненні цілей сталого розвитку зелених зон міста.

8. Створення партнерства та співробітництва з європейськими й українськими містами для обміну кращими практиками.

Загалом, варто відзначити, що перш за все напрями та конкретні цілі розвитку зелених зон міст мають бути запропоновані й затверджені конкретними документами на державному рівні і реалізовані за умов ефективною співпраці спільно з міською владою, бізнесом та громадськими організаціями. Міста, у свою чергу, можуть мати більш амбітні цілі, ніж країна, в такому випадку вони мають отримати державну підтримку і стати каталізаторами національних змін та реформ.

Висновки. У результаті дослідження встановлено, що зелену зону міста варто розглядати як сукупність різноманітних зелених насаджень, які виступають функціональною складовою просторової організації території міста і приміської території; визначено, що основними функціями міських зелених зон є економічна, екологічна та соціальна, які реалізуються за такими напрямками: економічного розвитку, захисту та санації міського довкілля, рекреації та туризму, архітектурного планування, охорони та збереження ландшафтів. За результатами обробки і аналізу статистичних даних щодо структури площ зелених насаджень України та ландшафтно-урбанізаційної структури зелених насаджень міст встановлено, що у структурі зелених насаджень міст України площі загального користування становлять 45 %, обмеженого користування та спеціального призначення — 30 % і 25 % відпо-

відно, а співвідношення площ зелених насаджень загального користування показує, що площа парків культури та відпочинку, міських парків та скверів становить майже 41 %, набережних та бульварів — 20 %, гідропарків, лугопарків, лісопарків — 13 % та інших об'єктів благоустрою — 33 %. На основі аналізу визначено, що дотримуються санітарних норм щодо площ зелених насаджень у містах лише 16,7 % міст, а 25 % міст мають показник нижчий за середній по Україні. За результатами дослідження встановлено відсутність національної політики розвитку зелених зон міста і запропоновано шляхи формування ефективного зеленого та рекреаційного просторів українських міст.

Список літератури

1. Цілі сталого розвитку. URL : <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>.
2. Скробала В. М. Оптимізація урбанізованих та техногенних ландшафтів засобами озеленення. *Проблеми урбоекології та фітомеліорації*. 2003. Вип. 13.5. С. 415.
3. Правила утримання зелених насаджень у населених пунктах України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-06>
4. Державні будівельні норми ДБН 360-92 «Містобудування. Планування та забудова міських і сільських поселень». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0044481-92>.
5. Дмитрук О. Ю., Олішевська Ю. А., Купач Т. Г., Дем'яненко С. О. Функціональний аналіз зеленої зони міста Києва. *Географія та туризм*. 2010. Вип. 7. С. 106–112. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_7_28.
6. Кучерявий В. П. Сади і парки Львова. Львів : Світ, 2008. 359 с.
7. Crompton, J. (2005). The impact of parks on property values: empirical evidence from the past two decades in the United States. *Managing Leisure*, 10 (4), pp. 203–218.
8. Закон України «Про благоустрій населених пунктів». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2807-15>.
9. Міністерство розвитку громад та територій України. URL : <https://www.minregion.gov.ua>.

10. Правила утримання зелених насаджень у населених пунктах України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-06>.

11. A European Green Deal. Available at : https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en.

12. Про утворення міжвідомчої робочої групи з питань координації подолання наслідків зміни клімату в рамках ініціативи Європейської Комісії «Європейський зелений курс». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/33-2020-%D0%BF#Text>.

13. Романко С., Андрусевич Н. Вісім ідей для зелених міст України. Київ: 350. org, 2020. 56 с. URL : <https://www.rac.org.ua/priorytety/ekologichnyy-vymir-evropeyskoyi-integratsiyi/visim-idey-dlya-zelenykh-mist-ukrayiny>.

References

1. *Tsili staloho rozvytku* [Sustainable development goals]. Retrieved from <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>.

2. Skrobala, V. M. (2003). *Optymizatsiia urbanizovanykh ta tekhnohennykh landshaftiv zasobamy ozelenennia* [Optimization of urban and man-made landscapes by means of landscaping]. *Problemy urboekologii ta fitomelioratsii* [Problems of urban ecology and phytomelioration], issue. 13.5, p. 415.

3. *Pravyla utrymannia zelenykh nasadzhen u naselenykh punktakh Ukrainy* [Rules of keeping green plantations in settlements of Ukraine]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-06>.

4. *Derzhavni budivelni normy DBN 360-92 «Mistobuduvannia. Planuvannia ta zabudova miskykh I silskykh poselen»* [State building codes DBN 360-92 «Urban planning. Planning and construction of urban and rural settlements»]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0044481-92>.

5. Dmytruk, O. Yu., Olishevska, Yu. A., Kupach, T. H., Demianenko, S. O. (2010).

Funktionalnyi analiz zelenoi zony mista Kyieva [Functional analysis of the green zone of Kyiv]. *Heohrafiia ta turyzm* [Geography and tourism], issue 7, pp. 106–112. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_7_28.

6. Kucheriavyi, V. P. (2008). *Sady s parky Lvova* [Gardens and parks of Lviv]. Lviv, Svit Publ., 359 p.

7. Crompton, J. (2005). The impact of parks on property values: empirical evidence from the past two decades in the United States. *Managing Leisure*, no. 10 (4), pp. 203–218.

8. The Verkhovna Rada of Ukraine (2005). Law of Ukraine “On improvement of settlements”. Available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2807-15>.

9. Ministry of Development of Communities and Territories of Ukraine. Available at : <https://www.minregion.gov.ua>.

10. *Pravyla utrymannia zelenykh nasadzhen u naselenykh punktakh Ukrainy* [Rules of keeping green plantations in settlements of Ukraine]. Available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-06>.

11. A European Green Deal. Retrieved from https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en.

12. *Pro utvorennia mizhvidomchoi robochoi hrupy z pytan koordynatsii podolannia naslidkiv zminy klimatu v ramkakh initsiatyvy Yevropeiskoi Komisii «Yevropeyskyi zelenyi kurs»* [On the establishment of an interdepartmental working group on coordination of climate change in the framework of the European Commission’s ‘European Green Course’]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/33-2020-%D0%BF#Text>.

13. Romanko, S., Andrusyevych, N. (2020). *Visim idei dlia zelenykh mist Ukrainy* [Eight ideas for green cities of Ukraine]. Kyiv, 350. Org Publ., 56 p. Available at : <https://www.rac.org.ua/priorytety/ekologichnyy-vymir-evropeyskoyi-integratsiyi/visim-idey-dlya-zelenykh-mist-ukrayiny>.

Objective. *The objective of the article is to identify problems, opportunities and priorities for the development of green areas of Ukrainian cities.*

Methods. *The results of scientific research are obtained using a set of general and special research methods, namely: theoretical generalization (to study the essence of the definition of «green zone of the city»), factor analysis, systems analysis and synthesis (to determine the functions of*

green zones of cities and ways to measure economic value of green areas), statistical method (for processing and analysis of information on the structure of green areas of Ukraine, landscape-urbanization structure of green areas of cities and processing of statistical data on compliance with sanitary norms on green areas) abstract-logical method (in determining the main problems, opportunities and priorities for the development of urban green areas), abstract-theoretical method (for theoretical generalization and formation of conclusions).

Results. *The study finds that the green zone of the city should be considered as a set of various greenery, which are a functional component of the spatial organization of the city and suburban area, and determines that the main functions of urban green areas are economic, environmental and social, which are implemented in such areas: economic development, protection and rehabilitation of the urban environment, recreation and tourism, architectural planning, protection and preservation of landscapes. According to the results of processing and analysis of statistical data on the structure of green areas of Ukraine and landscape-urbanization structure of green areas of cities, it is established that in the structure of green areas of Ukrainian cities the area is 45 %, limited use and special purpose are 30 % and 25 % respectively, the ratio of green areas of public use shows that the area of parks of culture and recreation, urban parks and squares is almost 41 %, embankments and boulevards — 20 %, water parks, meadows, forest parks — 13 % and other facilities — 33 %. Based on the analysis, it is determined that only 16.7 % of cities adhere to sanitary norms on the area of green plantations in cities, and 25 % of cities have an indicator lower than the average in Ukraine. According to the results of the study, the absence of a national policy for the development of green areas of the city is established and ways to form effective green and recreational spaces of Ukrainian cities are proposed.*

Key words: *city, green zone, recreation, city green zone, urban green plantations, recreational space.*

Надійшла до редакції 17.05.2021

ФІНАНСИ ТА ІНВЕСТИЦІЇ

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-91-99

JEL : H72

УДК 336.143.2:352.07

Коверза В. С.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: koverza@donnuet.edu.ua

Неізвестна О. В.,
канд. екон. наук,
доцент

e-mail: nieizviestna@donnuet.edu.ua

Іванова Н. С.,
д-р екон. наук,
доцент

e-mail: ivanova@donnuet.edu.ua

Шендригоренко М. Т.,
канд. екон. наук,
доцент

e-mail: shendrigorenko@donnuet.edu.ua

Павлушенко О. В.,
заступник начальника
управління економіки

Виконком Криворізької міської ради,
м. Кривий Ріг, Україна
e-mail: oksana.pavlushenko@gmail.com

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ М. КРИВИЙ РІГ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

UDC 336.143.2:352.07

Koverza V. S.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk National University
of Economics and Trade, Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: koverza@donnuet.edu.ua

Niezviestna O. V.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

e-mail: nieizviestna@donnuet.edu.ua

Ivanova N. S.,
Grand PhD in Economic
sciences, Associate Professor

e-mail: ivanova@donnuet.edu.ua

Shendryhorenko M. T.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

e-mail: shendrigorenko@donnuet.edu.ua

Pavlushenko O. V.,
Deputy Head
of the Economy Department

The Executive Committee of Kryvyi Rih City Council,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: oksana.pavlushenko@gmail.com

EVALUATION OF EFFICIENCY OF FINANCIAL RESOURCES OF THE TERRITORIAL COMMUNITY IN THE KRYVYI RIH CITY MANAGEMENT UNDER CONDITIONS OF DECENTRALIZATION

Мета. Метою дослідження є оцінювання ефективності управління фінансовими ресурсами територіальної громади м. Кривий Ріг в умовах децентралізації й визначення аль-

© В. С. Коверза, О. В. Неізвестна, Н. С. Іванова,
М. Т. Шендригоренко, О. В. Павлушенко, 2021

тернативних джерел фінансування розвитку міста за результатами оцінки ефективності формування та використання його бюджету та коефіцієнта податкової спроможності.

Методи. При підготовці статті застосовувалися загальні й спеціальні методи наукового дослідження економічних процесів, зокрема системного підходу, порівняння, угруповання, деталізації, узагальнення, методи статистичного аналізу та ін.

Результати. Досліджено можливості формування ефективного бюджету територіальної громади на прикладі м. Кривий Ріг. Визначено, що безпосередньо доходам відводиться центральне місце у забезпеченні фінансової самостійності територіальної громади, а місцеві податки та збори слугують основним джерелом наповнення місцевого бюджету. Здійснено аналіз стану виконання доходів бюджету м. Кривий Ріг за 2018–2020 рр. Зауважено, що, незважаючи на численні кризові явища, у т. ч. і пандемію COVID-19, місто на 87,7 % забезпечило виконання бюджету за 2020 р. На заваді виконанню бюджету стало зниження рівня повноти зайнятості працівників на підприємствах, установах, організаціях міста (наприклад, часткового або повного призупинення діяльності через заходи повного локдауну; дистанційної роботи тощо), впровадження низки змін до податкового законодавства щодо підтримки платників податків у зв'язку зі здійсненням заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширення коронавірусної хвороби. Наголошено, що стверджувати про ефективність формування доходної частини бюджету міста неможливо без аналізу напрямків видатків, особливо в частині порівняння видатків соціального спрямування і видатків, що спрямовуються на забезпечення стратегічних програм економічного розвитку. Аналіз стану виконання видатків бюджету м. Кривий Ріг за 2018–2020 рр. дозволив авторам зробити висновок про високий рівень соціального спрямування видаткової політики, що характеризується постійним збільшенням потреби у фінансових ресурсах для реалізації соціальних видатків, у тому числі соціальнозахищених, і вимагає постійного зростання доходів місцевих бюджетів. Проте в умовах загальноекономічної нестабільності та тривалого перебігу пандемії COVID-19 місту складно компенсувати втрати і забезпечити ефективний розвиток. Авторами запропоновано комплекс стратегічно важливих заходів, який допоможе збільшити обсяги надходжень до бюджету міста. Серед цих заходів: посилення співпраці з потенційними стейкхолдерами, у т. ч. і в частині створення нових робочих місць; розвиток економічних платформ сприяння зближенню інтересів учасників системи ресурсного забезпечення, що сформовані за моделлю взаємодії влади і бізнесу та формування економічного базису розвитку громади і спільної соціальної відповідальності влади і бізнесу за майбутнє громади; створення сприятливого бізнес- та інвестиційного середовища розвитку бізнесу і податкової культури.

Ключові слова: місцевий бюджет, доходи бюджету, власні доходи місцевих бюджетів, офіційні трансферти, податкові надходження, неподаткові надходження.

Постановка проблеми. Фінансово-економічний потенціал будь-якої територіальної громади формується суб'єктами економічної діяльності, що діють на її території, та населенням, що там проживає. Ними утворюються фінансові ресурси громади, які залежать від ефективного функціонування визначених суб'єктів та рівня доходів населення. Ці фінансові ресурси займають одне з ключових місць і формують фінансову базу місцевих рад для економічного і соціального розвитку громади. Таким собі фінансовим планом

розвитку певної території, в якому відображаються найважливіші завдання місцевої влади та очікувані результати діяльності, виступає місцевий бюджет.

О. Ніколаєва, А. Маглаперідзе саме так і зазначають: «Місцевий бюджет як невід'ємний елемент бюджетної системи країни окреслює економічні відносини між територіальною громадою, суб'єктами господарювання та фізичними особами, спрямовані на формування фонду грошових коштів та фінансування місцевих і громад-

ських потреб, підвищення соціально-економічного розвитку територій та поліпшення добробуту територіальної громади» [1].

Проте реальні фінансові можливості територіальних громад значно обмежуються, що, у свою чергу, є гальмівним фактором розвитку територій та процесів децентралізації у країні. Діюча система акумулювання доходів місцевих бюджетів характеризується низьким рівнем частки власних доходів, що відображається нарощуванням обсягів міжбюджетних трансфертів. У зв'язку з цим виникає необхідність у поглибленому дослідженні проблем забезпечення фінансової автономії територіальних громад.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних і практичних аспектів формування бюджетів територіальних громад займалися такі вчені-економісти, як О. Ніколаєва і А. Маглаперідзе [1], Ю. О. Раделицький [3], О. М. Піхоцька, Л. Є. Фурдичко, Н. Г. Синютка та ін. [6]. Високо оцінюючи внесок зазначених авторів у дослідження проблем формування доходів бюджетів громад, зауважимо, що поруч із існуючими напрацюваннями є ціла низка аспектів, які вимагають додаткового

висвітлення, зокрема питання пошуку нових джерел наповнення бюджету.

Мета статті — оцінювання ефективності управління фінансовими ресурсами територіальної громади м. Кривий Ріг в умовах децентралізації й визначення альтернативних джерел фінансування розвитку міста за результатами оцінки ефективності формування і використання його бюджету та коефіцієнта податкової спроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слід відзначити, що зростає значення бюджетів територіальних громад у проведенні регіональної економічної політики та вирішенні соціальних питань. Місцеві податки та збори слугують основним джерелом наповнення місцевих бюджетів. Вони є інструментом органів місцевого самоврядування в частині стимулювання розвитку підприємництва на адміністративній території громади, покращення й оновлення об'єктів інфраструктури, а також залучення на територію громади інвестиційних ресурсів. Фінансова самостійність місцевих бюджетів у рамках їх прав та повноважень передбачена відповідними правовими нормами Бюджетного кодексу України (рис. 1).

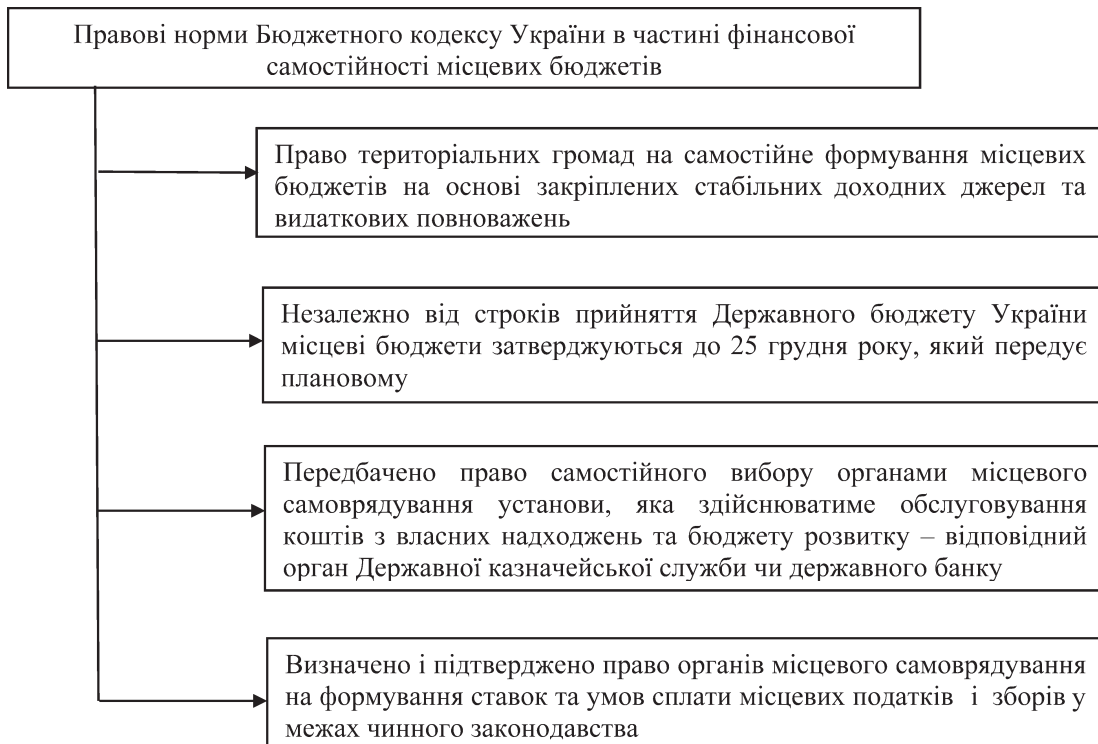


Рис. 1. Правові норми Бюджетного кодексу України в частині фінансової самостійності місцевих бюджетів (складено авторами на основі [2])

Центральне місце у формуванні фінансових ресурсів громади відводиться доходам як системі «життєзабезпечення» територіальної громади. Схема формування доходів місцевих бюджетів в Україні наведена на рис. 2. Як зазначено у п. 2.3 ст. 9 Бюджетного кодексу України: «Власні надходження місцевих бюджетів це законодавчо закріплені обов’язкові

платежі (податки і збори) та частки контингенту їх надходжень, які мобілізуються на відповідній території, зокрема: податкові надходження; неподаткові надходження; доходи від операцій з капіталом; доходи від власності та підприємницької діяльності; власні надходження бюджетних установ; трансферти, інші неподаткові надходження» [2].



Рис. 2. Схема формування доходів місцевих бюджетів в Україні [5]

Розглянемо, як формувалася доходна частина бюджету м. Кривий Ріг у 2018–2020 рр. (табл. 1). Як свідчать дані табл. 1, фінансову основу в частині виконання доходів бюджету м. Кривий Ріг становлять податкові над-

ходження, що за своєю природою пов’язані з територією відповідної адміністративно-територіальної одиниці. Протягом 2018–2020 рр. їх питома вага у структурі доходів місцевих бюджетів постійно зростала і за 2020 р. досягла

Таблиця 1

Аналіз стану виконання доходів бюджету м. Кривий Ріг за 2018–2020 рр.
(складено авторами на основі [4])

Показник	За 2018 р.		За 2019 р.		Відхилення		За 2020 р.		Відхилення	
	сума, тис. грн.	пит. вага, %	сума, тис. грн.	пит. вага, %	абсолютне	у пит. вазі	сума, тис. грн.	пит. вага, %	абсолютне	у пит. вазі
Податкові надходження	3757032,1	51,74	5120138,6	65,11	1363106,5	13,37	5111817,9	77,57	-8320,7	12,46
Неподаткові надходження	278093,8	3,83	326355,2	4,15	48261,4	0,32	200254,1	3,04	-126101,1	-1,11
Інші	52079,1	0,72	20998,8	0,27	-31080,3	-0,45	37769,1	0,57	16770,3	0,30
Разом доходів без урахування трансфертів	4087205,0	56,59	5467492,6	69,53	1380287,6	13,24	5349868,1	81,18	-117624,5	11,65
Офіційні трансферти	3174012,7	43,71	2395611,1	30,47	-778401,6	-13,24	1240576,7	18,82	-1155034,4	-11,65
Разом	7261217,7	100,00	7863103,7	100,00	601886,0	-	6590444,8	100,00	-1272658,9	-

показника майже у 78 %. Проте в абсолютному виразі за 2020 р. відбулося фактичне зниження обсягів податкових надходжень на 8320,7 тис. грн. За даними табл. 2 ми можемо простежити, за якими саме статтями податкових надходжень відбулося недовиконання. Це податок та збір на доходи фізичних осіб (виконано лише на 81,6 %), податок на майно (виконано лише на 80,28 %), єдиний податок (виконано лише на 86,66 %), туристичний збір (виконано лише на 42,19 %), екологічний податок (виконано на 98,15 %). Як негативне також слід відмітити послаблення ролі неподаткових надходжень до місцевих бюджетів у 2020 році порівняно із 2019 р. Їх зменшення склало 126101,1 тис. грн порівняно з 2019 р. Головна причина такого стану — впровадження з 12.03.2020 р. карантинних заходів на території України через пандемію, викликану COVID-19. Вже у квітні індекс ділової активності знизився нижче 30 пунктів. За даними Державної служби за-

йнятості, від початку карантину 12 березня до кінця квітня статус безробітного отримали 156 тис. осіб, що вдвічі більше, ніж за той самий період минулого року. На початок травня статус безробітного мали майже півмільйона українців і майже 400 тисяч отримували державну допомогу. Крім того, прийняті зміни до податкового законодавства України, місцеві нормативні акти щодо підтримки платників податків у зв'язку зі здійсненням заходів, спрямованих на запобігання виникнення і поширення коронавірусної хвороби (COVID-19), призвели до попередньо неврахованих при плануванні бюджету втрат місцевих бюджетів від надходжень місцевих податків, таких як плата за землю та податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки (див. табл. 2). Запровадження подібних заходів повинно супроводжуватися компенсацією з державного бюджету втрат доходів місцевих бюджетів внаслідок наданих державою податкових пільг

Таблиця 2

**Розгорнутий аналіз стану виконання доходів бюджету м. Кривий Ріг за 2020 р.
(складено авторами на основі [4])**

Назва	Заплановано на рік, тис. грн.	Виконано, тис. грн.	Процент виконання
Податкові надходження, у т. ч.	6 079 106,2	5 111 817,9	84,09
Податок та збір на доходи фізичних осіб	3 977 000,0	3 245 176,9	81,60
Податок на прибуток підприємств	4 500,0	34 752,6	772,28
Рентна плата за користування надрами для видобування інших корисних копалин загальнодержавного значення	68 551,0	92 535,1	134,99
Акцизний податок з вироблених в Україні підакцизних товарів (продукції). Паливо.	17 000,0	22 130,5	130,18
Акцизний податок з ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції)	73 000,0	77 367,3	105,98
Акцизний податок з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлю підакцизних товарів	102 428,0	127 908,8	124,88
Податок на майно	1 342 358,2	1 077 623,8	80,28
Єдиний податок	432 400,0	374 701,1	86,66
Екологічний податок	59 900,0	58 791,2	98,15
Туристичний збір	1 969,0	830,7	42,19
Неподаткові надходження, у т. ч.	197 485,0	200 254,1	101,40
Частина чистого прибутку (доходу) державних або комунальних унітарних підприємств та їх об'єднань, що вилучається до відповідного бюджету, та дивіденди (доход), нараховані на акції (частки, паї) господарських товариств, у статутних капіталах яких є державна або комунальна власність	240,0	2 213,1	922,13
Інші надходження	1 761,0	981,8	55,75
Плата за надання адміністративних послуг	20 955,0	17 735,9	84,64
Надходження від орендної плати за користування цілісним майновим комплексом та іншим державним майном	19 000,0	16 770,1	88,26
Державне мито	3 900,0	3 040,0	77,95

Назва	Заплановано на рік, тис. грн.	Виконано, тис. грн.	Процент виконання
Інші надходження	4 176,1	12 009,2	287,57
Надходження коштів пайової участі у розвитку інфраструктури населеного пункту	5 384,0	5 662,8	105,18
Доходи від операцій з кредитування та надання гарантій	0,0	0,6	0,00
Власні надходження бюджетних установ	142 068,8	141 841,2	99,84
Доходи від операцій з капіталом, у т. ч.	14 284,6	16 986,2	118,91
Надходження від продажу основного капіталу	7 800,0	10 592,8	135,81
Кошти від продажу землі	6 484,6	6 393,4	98,59
Офіційні трансферти, у т. ч.	1 243 381,9	1 240 576,7	99,77
Субвенції	1 058 658,2	1 058 596,6	99,99
Субвенції з місцевих бюджетів іншим місцевим бюджетам	184 685,1	181 941,4	98,51
Дотації з місцевих бюджетів іншим місцевим бюджетам	38,7	38,7	100,00
Цільові фонди, утворені ВР АР Крим, органами місцевого самоврядування та місцевими органами виконавчої влади	21 939,6	20 809,9	94,85
Місцеві запозичення до бюджету розвитку	8 685,6	0,0	0,00
Разом доходів	7564 882,9	6590444,8	87,12

відповідно до статті 103 Бюджетного кодексу України. Як позитивне слід відзначити зменшення залежності бюджету м. Кривий Ріг від офіційних трансфертів. Так, їх питома вага у структурі доходів міста впала з 43,71 % у 2018 році до 18,82 % у 2020 році, що свідчить про потужну роботу органів місцевого самоврядування з розвитку джерел саме власних доходів. Крім того, на зменшення обсягів трансфертів значно вплинула освітня та медична реформи, якими передбачено зміну підпорядкування закладів освіти і охорони здоров'я та удосконалення їх мережі.

Перед органами місцевого самоврядування стоїть складне завдання — забезпечити ефективне використання економічного по-

тенціалу своєї території, що є обов'язковою умовою існування адміністративно-територіальної одиниці. Одним із показників, який характеризує якість роботи органів місцевого самоврядування, є коефіцієнт податкової спроможності, який показує рівень достатності податкових доходів місцевих бюджетів для забезпечення видаткових повноважень і розраховується шляхом відношення видатків місцевих бюджетів до податкових доходів. Чим меншим є значення цього показника, тим краще. Розрахунок коефіцієнта податкової спроможності м. Кривий Ріг наведено у табл. 3.

Як свідчать дані табл. 3, за аналізованний період значення коефіцієнта податкової спроможності поступово зменшується з

Таблиця 3

Розрахунок коефіцієнта податкової спроможності м. Кривий Ріг за 2018–2020 рр.
(складено авторами на основі [4])

Назва	Значення коефіцієнта податкової спроможності		
	за 2018 р.	за 2019 р.	за 2020 р.
Видатки місцевого бюджету, тис. грн	7 261 217,7	8 060 855,6	7 843 474,9
Податкові надходження, тис. грн	3 757 032,1	5 120 138,6	5 111 817,9
Коефіцієнт податкової спроможності	1,93	1,57	1,53

1,93 у 2018 р. до 1,53 у 2020 р., що є позитивним моментом і свідчить про збільшення можливостей у м. Кривий Ріг здійснювати власні витрати за рахунок власних податкових надходжень. Крім того, зменшення значення коефіцієнта податкової спроможності свідчить і про зростання автономії місцево-

го органу влади від заходів фінансового вирівнювання.

Однак засвідчувати ефективність формування доходної частини бюджету міста неможливо без аналізу напрямків видатків, особливо в частині порівняння видатків соціального спрямування і видатків, що спря-

мовуються на забезпечення стратегічних програм економічного розвитку. Розглянемо, як формувалася витратна частина бюджету м. Кривий Ріг у 2018–2020 рр. (табл. 4).

Дані табл. 4 наочно демонструють, що на програми розвитку міста були спрямовані не-

значні обсяги коштів порівняно із розмірами соціальних видатків. Погоджуємося із думкою Ю. О. Раделицького, що «переважання видатків соціального спрямування над видатками, що спрямовуються на забезпечення стратегічних програм економічного розвитку, має нега-

Таблиця 4

**Аналіз стану виконання видатків бюджету м. Кривий Ріг за 2018–2020 рр.
(складено авторами на основі [4])**

Показник	За 2018 р.		За 2019 р.		Відхилення		За 2020 р.		Відхилення	
	сума, тис. грн	пит. вага, %	сума, тис. грн	пит. вага, %	абсолютне	у питомій вазі	сума, тис. грн	пит. вага, %	абсолютне	у питомій вазі
Освіта	2240077,6	30,50	2634723,1	33,90	394645,5	3,40	2653781,8	39,03	19058,7	5,13
Охорона здоров'я	941747,2	12,81	929681,0	11,96	-12066,2	-0,85	594488,3	8,74	-335192,7	-3,22
Соціальний захист та соціальне забезпечення	434212,2	5,91	358349,2	4,61	-75863,0	-1,30	400181,5	5,89	41832,3	1,28
Житлово-комунальне господарство, усього,	332336,9	4,52	578474,1	7,45	246137,2	2,93	368295,4	5,42	-210178,7	-2,03
Будівництво та регіональний розвиток	202423,7	2,76	264141,6	3,40	61717,9	0,64	615619,6	9,05	351478,0	5,65
Інше	3195280,6	43,50	3006393,2	38,68	-188886,8	-4,82	2167752,0	31,88	-838641,2	-6,8
Разом	7346078,2	100,00	7771762,2	100,00	425684,0	-	6800118,6	100,00	-971643,6	-

тивний ефект на розвиток міста. «Проїдання» бюджетних коштів не сприяє соціально-економічному зростанню і формуванню додаткових джерел наповнення місцевих бюджетів. Видаткова політика соціального спрямування характеризується постійним збільшенням потреби у фінансових ресурсах для реалізації соціальних видатків, що вимагає постійного зростання доходів місцевих бюджетів, яке, при цьому, не має жодного економічного підґрунтя» [3]. При цьому стабільно висока частка видатків соціального спрямування не забезпечує високого рівня соціального захисту населення та характеризується низькими показниками якості життя. У той же час зауважимо, що, напевно, міська влада таким чином розподіляючи місцевий бюджет, бере на себе ті функції, які мають забезпечуватися державними гарантіями. Водночас, як позитив, слід відзначити, що видатки на будівництво та регіональний розвиток постійно зростають як у абсолютному значенні, так і у питомій вазі.

Відтак, постає необхідність реформування видаткової політики місцевих бюджетів і проведення структурних реформ складових

соціальної сфери держави для підвищення результативності використання фінансових ресурсів місцевого бюджету. Крім того, в процесі пошуку нових джерел для фінансування розвитку м. Кривий Ріг доцільно:

— впроваджувати заходи, спрямовані на збільшення частки представників середнього класу населення в місті шляхом створення сприятливого бізнес- та інвестиційного середовища, розвитку бізнесу і податкової культури;

— розвивати економічні платформи сприяння зближенню інтересів учасників системи ресурсного забезпечення, що сформовані за моделлю взаємодії влади і бізнесу та формування економічного базису розвитку громади і спільної соціальної відповідальності влади і бізнесу за майбутнє громади;

— збільшувати кількість якісних робочих місць та скорочувати витрати на соціальні потреби, сприяти працевлаштуванню осіб з інвалідністю;

— здійснювати більш посилений контроль з боку стейкхолдерів за формуванням і виконанням бюджету;

— впровадити систему мотивації стейкхолдерів щодо участі у ресурсному забезпеченні громади;

— упорядкувати дані реєстру речових прав на нерухоме майно, оскільки на сьогодні він недосконалий, містить неповну інформацію щодо об'єктів оподаткування.

Слід об'єктивно зауважити, що зазначені пропозиції мають йти разом із прийняттям повноцінних законодавчих та підзаконних актів, які б сприяли інвестиційній діяльності в регіонах і громадах.

Висновки. Таким чином, за результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що питання посилення ролі бюджетів територіальних громад у проведенні регіональної економічної політики та вирішенні соціальних питань завжди є на часі і безпосередньо доходам відводиться центральне місце у забезпеченні фінансової самостійності територіальної громади. Місцеві податки та збори слугують основним джерелом наповнення місцевих бюджетів, і бюджет м. Кривий Ріг не є виключенням. Фінансову основу в частині виконання доходів бюджету м. Кривий Ріг становлять податкові надходження. Протягом 2018–2020 рр. їх питома вага у структурі доходів місцевих бюджетів постійно зростала і за 2020 р. досягла показника майже у 78 %. Проте в абсолютному виразі за 2020 р. відбулося фактичне зниження обсягів податкових надходжень на 8320,7 тис. грн. В умовах загальноекономічної нестабільності та тривалого розвитку пандемії COVID-19 місту Кривий Ріг складно було забезпечити стабільне надходження податків до бюджету, адже зниження рівня повноти зайнятості працівників на підприємствах, установах, організаціях міста, впровадження низки змін до податкового законодавства щодо підтримки платників податків у зв'язку зі здійсненням заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби, призвели до непередбачуваних втрат від надходжень місцевих податків. Як наслідок, органи місцевого самоврядування повинні вирішити питання: яким чином компенсувати втрати і забезпечити ефективний розвиток міста. Крім того,

структурні перетворення в економіці, запиту населення, переважання видатків соціального спрямування, збільшення цін на товари та послуги виступають додатковими драйверами для органів місцевого самоврядування в пошуку нових джерел для фінансування розвитку територіальних громад. Авторами запропоновано комплекс стратегічно важливих заходів, який допоможе збільшити обсяги надходжень до бюджету міста. Серед цих заходів: посилення плідності співпраці зі стейкхолдерами, у т. ч. і в частині створення нових робочих місць; розвиток економічних платформ сприяння зближенню інтересів учасників системи ресурсного забезпечення, що сформовані за моделлю взаємодії влади і бізнесу та формування економічного базису розвитку громади і спільної соціальної відповідальності влади і бізнесу за майбутнє громади; створення сприятливого бізнес- та інвестиційного середовища розвитку бізнесу і податкової культури.

Список літератури

1. Маглаперідзе А., Ніколаєва О. Місцеві фінанси : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури», 2019. 262 с.
2. Бюджетний кодекс України : Закон України від 08.07.2010 р. №2456-VI. URL : <http://www.rada.gov.ua>. (дата звернення 24.04.2021 р.).
3. Раделицький Ю. О. Особливості формування податкових механізмів наповнення місцевих бюджетів України в умовах реформи місцевого самоврядування. *Ефективна економіка*. 2017. № 11. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua> (дата звернення: 24.04.2021 р.).
4. Сайт бюджету м. Кривий Ріг. URL : <https://openbudget.krmisto.gov.ua/home/2020> (дата звернення 24.04.2021 р.).
5. Раделицький Ю. О. Місцеві бюджети в умовах поглиблення фінансової децентралізації в Україні : монографія / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. 312 с.
6. Піхоцька О. М., Фурдичко Л. Є., Сінютка Н. Г. Бюджетна система : навч. посіб. Львів : ТНЕУ, 2019. 328 с.

References

1. Mahlaperidze, A., Nikolaieva, O. (2019). *Mistsevi finansy* [Local Finance]. Kyiv, Tsentr Navchalnoi Literatury, 262 p.
2. *Byudzhetnyi Kodeks Ukrainy* [Budget Code of Ukraine] (2010), no. 562456-VI. Available at : <http://www.rada.gov.ua> (accessed date April 24, 2021 p.)
3. Radelytskyi, Yu. O. (2017). *Osoblyvosti formuvannya podatkovykh mehanizmiv napovnennyi mistsevykh byudzhetiv Ukrainy v umovah reform mistsevoho samovryaduvannya* [Features of formation of tax mechanisms of filling of local budgets of Ukraine in the conditions of reform of local government]. *Naukovyi zhurnal: Efektyvna ekonomika* [Effective economics], issue 11. Available at : <http://www.economy.nayka.com.ua> (accessed date 24.04.2021).
4. *Sait Byudzhetu Kryvyi Rih* [Site of the budget of Kryvyi Rih]. Available at : <https://openbudget.krmisto.gov.ua/home/2020> (accessed date April 24, 2021).
5. Radelitskyi, Yu. O. (2018). *Mistsevi byudzhetny v umovah pohlyblennya finansovoi detsentralizatsii v Ukraini* [Local budgets in terms of deepening financial decentralization in Ukraine]. Lviv, Ivan Franko LNU Publ., 312 p.
6. Pikhotska, O. M., Furdychko, L. Ye., Syniutka, N. H. (2019). *Biudzhetna systema* [Budget system]. Lviv, TNEU Publ., 328 p.

Objective. *The objective of the study is to assess the effectiveness of the financial resources management of the territorial community of the Kryvyi Rih city in the context of decentralization and to identify the alternative sources of funding for the city development based on the effectiveness of the formation, the use of its budget and tax capacity.*

Methods. *In preparing the article, general and special methods of scientific research of economic processes are used, in particular, a systematic approach, comparison, grouping, detailing, generalization, methods of statistical analysis, and others.*

Results. *The possibilities of the formation of an effective budget of the territorial community on the example of the Kryvyi Rih city are investigated. It is determined that the revenues are given a central place in ensuring the financial independence of the territorial community, and the local taxes and fees are the main source of increasing the local budget. The analysis of the state of execution of budget revenues of the city of Kryvyi Rih for 2018–2020 is carried out. It is noted that despite the numerous crisis phenomena, including the COVID-19 pandemic, the city ensured the implementation of the budget by 87.7 % for the period of the 2020 year. It is emphasized that it is impossible to speak about the effectiveness of the formation of the revenue side of the city budget without an analysis of the expenditures, especially in terms of comparing social expenditures and expenditures aimed at ensuring the strategic economic development programs. The analysis of the state of the execution of the budget expenditures in Kryvyi Rih for 2018–2020 allowed the authors to make a conclusion about the social direction of the expenditure policy, which is characterized by a constant increase in the need for the financial resources for the social expenditures and requires the constant growth of the local budget revenues. However, in the context of the general economic instability and the long-term development of the COVID-19 pandemic, it is difficult for the city to compensate for losses and to ensure the effective development. The authors offered a set of the strategically important measures that will help increase revenues to the city's budget. Among these measures: strengthening the fruitfulness of cooperation with stakeholders in terms of job creation; development of economic platforms to promote the convergence of the interests of participants in the resource system, formed on the model of the interaction between the government and business and the formation of the economic basis of the community development and the joint social responsibility of the government and business for the future of the community; creating a favorable business and investment environment for business development and taxation system culture.*

Key words: *local budget, budget revenues, own revenues of local budgets, official transfers, tax revenues, non-tax revenues.*

Надійшла до редакції 04.05.2021

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-100-107

JEL: O31

УДК 005.21-029:658.589

Лохман Н. В.,
д-р екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: lokhman@donnuet.edu.ua

Кореніцина Т. В.,
канд екон. наук
Грищук О. А.,
асистент

e-mail: korenitsyna_tv_mk@donnuet.edu.ua

e-mail: grischuk@donnuet.edu.ua

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СУБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

UDC: 005.21-029:658.589

Lokhman N. V.,
Grand PhD
in Economic sciences,
Associate Professor

MykhailoTuhan-Baranovskyi Donetsk National University
of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: lokhman@donnuet.edu.ua

Korenitsyna T. V.,
PhD in Economic sciences
Hryshchuk O. A.,
Assistant Professor

e-mail: korenitsyna_tv_mk@donnuet.edu.ua

e-mail: grischuk@donnuet.edu.ua

INNOVATION AND INVESTMENT STRATEGIES FOR THE DEVELOPMENT OF TOURIST ENTERPRISES AS HOSPITALITY INDUSTRY SUBJECTS

***Мета.** Мета статті — на основі інтегрального індикатора інтенсивності інноваційної стратегії та інтегрального індикатора інтенсивності інвестиційної стратегії визначити інноваційно-інвестиційну стратегію розвитку туристичних підприємств як суб'єктів індустрії гостинності.*

***Методи.** У процесі дослідження використано: методи теоретичного узагальнення і порівняння, аналізу і синтезу (для визначення змісту поняття «інноваційно-інвестиційна стратегія»), індексний (для розрахунку інтенсивності інноваційної та інвестиційної стратегії за допомогою інтегральних індикаторів), матричний (для формування модифікованої матриці GE/McKinsey щодо визначення інноваційно-інвестиційної стратегії туристичних підприємств).*

***Результати.** На підставі проведеного дослідження запропоновано процедуру інтеграції інноваційних та інвестиційних стратегій туристичних підприємств, яка передбачає зіставлення окремого виду інноваційної стратегії (традиційна, опортуністична, імітаційна, оборонна, наступальна) з окремим видом інвестиційної стратегії (збереження, накопичення, поміркований ріст, агресивний ріст); на основі цих даних запропоновано інноваційно-інвестиційні стратегії для туристичних підприємств за допомогою модифікованої матриці GE/McKinsey (інвестиційне плато, інноваційний прорив, інноваційний полюс, інноваційний контур, інноваційний трамплін, інноваційна яма, інноваційне плато); за допомогою індексного методу розраховано інтенсивність інноваційної та інвестиційної стратегії як інтегральних індикаторів, які складаються з окремих показників інноваційного (індексу зростання фінансового потенціалу, індексу зростання матеріально-технічного потенціалу, індексу зростання кадрового потенціалу, індексу зростання маркетингового потенціалу).*

© Н. В. Лохман, Т. В. Кореніцина, О. А. Грищук, 2021

лу, індексу зростання інформаційного потенціалу) та інвестиційного (індексу зростання власних інвестицій, індексу зростання залучених інвестицій, індексу зростання прибутку на власні інвестиції, індексу зростання прибутку на залучені інвестиції, індексу достатності інвестицій) потенціалів; задля визначення інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку туристичних підприємств розроблено шкалу оцінювання результатів розрахунку інтегрального індикатору інтенсивності інноваційної стратегії та інтегрального індикатору інтенсивності інвестиційної стратегії; відповідно визначено інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку досліджувальних туристичних підприємств; наведено позиції туристичних підприємств у модифікованій матриці GE/McKinsey щодо визначення інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку туристичних підприємств.

Ключові слова: туристичне підприємство, інноваційна стратегія, інвестиційна стратегія, інноваційно-інвестиційна стратегія, інтегральний індикатор, потенціал, розвиток.

Постановка проблеми. Сучасна індустрія гостинності — це особлива самостійна галузь економіки, що складається з групи галузей та підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку та розваг. Одним з головних гравців на ринку гостинності є туристичні підприємства.

Інноваційно-інвестиційна стратегія є одним із альтернативних варіантів досягнення стратегічних цілей підприємства на основі залучення та спрямування інвестицій в інноваційні напрямки розвитку. В сучасних умовах саме такий шлях дає можливість формувати конкурентні переваги та створювати умови для ефективної діяльності в довгостроковій перспективі. Розробка інвестиційної стратегії відіграє значну роль у забезпеченні ефективного розвитку підприємства, у тому числі інноваційного.

Інвестиційну стратегію для туристичних підприємств пропонується позиціонувати в системі стратегічного набору за функціональним принципом.

У існуючих швидкозмінливих та висококонкурентних умовах найбільш прийнятними й відповідними для успішної реалізації стратегій розвитку вітчизняних підприємств є ідеї комплексного підходу [9], тобто процес формування інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку туристичних підприємств повинен визначатися узгодженими інноваційними та інвестиційними стратегічними напрямами розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення робіт [1–11], що присвячені

комплементації інноваційної та інвестиційної стратегій, свідчить про різнобічність питань, які розглядаються: висвітлюються форми і напрями впровадження новітніх техніки і технологій, застосування ноу-хау, прогресивних інформаційних, управлінських і комунікаційних систем та загалом усієї сукупності інновацій, при цьому інвестиційна стратегія має відображати загальні обсяги необхідних ресурсів, конкретизує джерела та умови їх залучення, вартість, очікувану ефективність тощо [5, с. 82]; визначаються наукові підходи до визначення та класифікації інвестиційної й інноваційної стратегій, пропонується підхід до їх класифікації [9]; характеризується інноваційно-інвестиційний процес у системі сучасного суспільного відтворення; вивчається формування інноваційно-інвестиційної стратегії підприємства; пропонується обґрунтування ключових напрямів, які мають бути забезпечені цією стратегією [4].

Визначаючи основні моменти аналізу наукових праць відносно сутності інноваційної та інвестиційної стратегії підприємства [2; 3; 6–8; 10; 11] відмітимо, що відсутні однозначні погляди на узгодження й комплементацію інноваційних та інвестиційних стратегій підприємства, що і обумовлює формування власного бачення комплементації інноваційних та інвестиційних стратегій в умовах розвитку підприємства:

— інноваційно-інвестиційна стратегія є одним із альтернативних варіантів досягнення стратегічних цілей підприємства на основі залучення та спрямування інвес-

тицій в інноваційні напрямки розвитку; в сучасних умовах саме такий шлях дає можливості формувати конкурентні переваги та створювати умови для ефективної діяльності в довгостроковій перспективі [9, с. 186];

— інноваційно-інвестиційна стратегія є комплексним поняттям, що складається з двох складових — інноваційної та інвестиційної і формується на перетині цілей інноваційної та інвестиційної стратегій, які є похідними до загальної стратегії підприємства;

— інноваційно-інвестиційна стратегія — це інтегрована система взаємопов'язаних напрямів, способів та інструментів досягнення стратегічних цілей шляхом збалансування науково-технічної, ринкової та інвестиційної політики в напрямку розвитку потенціалу на більш новому, якісному рівні відповідно до вимог зовнішнього середовища; при цьому інвестиційна стратегія може розроблятися незалежно від інноваційної стратегії, однак реалізація інноваційної стратегії неможлива без задіяння інвестиційних ресурсів [9, с. 184].

Мета статті — на основі інтегрального індикатору інтенсивності інноваційної стратегії та інтегрального індикатору інтенсивності інвестиційної стратегії визначити інноваційно-інвестиційну стратегію розвитку туристичних підприємств як суб'єктів індустрії гостинності.

Виклад основного матеріалу досліджень. Для туристичних підприємств пропонується визначити інноваційну стратегію залежно від класифікації К. Фрімана [11]: традиційну (Т), опортуністичну (Оп), імітаційну (І), оборонну (О) і наступальну (Н). Зусилля підприємства щодо інноваційної діяльності збільшуються з кожною запропонованою стратегією від традиційної до наступальної, тобто в запропонованому ряді визначених стратегій має місце ріст інтенсивності інноваційних стратегій.

Кожна із запропонованих інноваційних стратегій потребує прийняття рішення щодо інвестицій, тому пропонуємо туристичному підприємству обрати одну з інвестиційних стратегій: стратегія збереження; стратегія накопичення (Н); стратегія поміркованого

росту (П); стратегія агресивного росту (А) [1]. Запропоновані інвестиційні стратегії відрізняються за масштабами фінансування, ступенем ризику та обсягами отриманого доходу, тобто інтенсивність цих стратегій росте від стратегії збереження до стратегії агресивного росту.

Принциповим моментом в дослідженні є наукове бачення розвитку туристичного підприємства як віддзеркалення розвитку його інноваційного потенціалу. Тому можемо відмітити, що в існуючих швидкозмінливих та висококонкурентних умовах найбільш прийнятними й відповідними для успішної реалізації стратегій розвитку інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств є ідеї комплексного підходу [9], тобто процес формування інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку туристичного підприємства повинен визначатися узгодженими інноваційними та інвестиційними стратегічними напрямами розвитку.

Для визначення інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку досліджувальних туристичних підприємств за допомогою індексного методу розрахуємо інтенсивність інноваційної та інвестиційної стратегій як інтегральних індикаторів, які складаються з окремих показників інноваційного та інвестиційного потенціалів відповідно.

Інтегральний індикатор інтенсивності інноваційної стратегії може бути представлений показником:

$$I_{in} = \sqrt[5]{k_{fn} \cdot k_{mtn} \cdot k_{kn} \cdot k_{mp} \cdot k_{inf} \cdot n}, \quad (1)$$

де I_{in} — інтегральний індикатор інтенсивності інноваційної стратегії; k_{fn} — індекс зростання фінансового потенціалу; k_{mtn} — індекс зростання матеріально-технічного потенціалу; k_{kn} — індекс зростання кадрового потенціалу; k_{mp} — індекс зростання маркетингового потенціалу; $k_{inf} \cdot n$ — індекс зростання інформаційного потенціалу.

Результати розрахунку інтегрального індикатору інтенсивності інноваційної стратегії наведені в табл. 1.

Згідно з проведеними розрахунками, високі показники інтегрального індикатору інтенсивності інноваційної стратегії мають

підприємства-експлеренти (ТО «Аккорд-тур» — 1,179; ТО «Джоін Ап» — 1,191; ТА «Щасливий квиток» — 1,136).

Також високі показники мають місце у підприємств-віолентів: ТО «Тревел профешнл груп» — 1,188; ТО «Тез тур» — 1,149; ТО «Гамалія» — 1,129. Найнижчі показники у підприємства-патієнта (ТА «Поїхали з нами» — 0,881) та у підприємства-комутанта (Чернігівське БПЕ-0,863). Інтегральний індикатор інтенсивності інвестиційної стратегії може бути наведений показником:

$$I_{ін} = \sqrt[5]{kvi \cdot kzi \cdot knvi \cdot knzi \cdot kdi}, \quad (2)$$

де $I_{ін}$ — інтегральний індикатор інтенсивності інвестиційної стратегії; kvi — індекс

зростання власних інвестицій; kzi — індекс зростання залучених інвестицій; $knvi$ — індекс зростання прибутку на власні інвестиції; $knzi$ — індекс зростання прибутку на залучені інвестиції; kdi — індекс достатності інвестицій.

Результати розрахунку інтегрального індикатору інтенсивності інвестиційної стратегії, які наведені в табл. 2, свідчать про позитивні зміни у поточному періоді в рамках інвестиційної стратегії на усіх підприємствах-експлєрентах: (ТО «Аккорд-тур» — 1,059; ТО «Джоін Ап» — 1,089; ТА «Щасливий квиток» — 1,056) та на окремих підприємствах-віолентах (ТО «Тревел профешнл груп» — 1,040; ТО «Тез тур» —

Таблиця 2

Результати розрахунку інтегрального індикатору інтенсивності інвестиційної стратегії

Кластер	Назва туристичного підприємства	Складові інтегрального індикатору					Інтегральний індикатор
		kvi	kzi	$knvi$	$knzi$	kdi	$I_{ін}$
Експлєренти	ТО «Аккорд-тур»	1,03	1,03	1,05	1,12	1,07	1,059
	ТО «Джоін Ап»	1,14	1,07	1,07	1,12	1,05	1,089
	ТА «Щасливий квиток»	1,03	1,02	1,07	1,11	1,05	1,056
Віоленти	ТО «Тревел профешнл груп»	1,06	1,07	1,02	1,03	1,02	1,040
	ТО «Тез тур»	1,04	1,01	1,04	1,06	1,03	1,036
	ТО «Гамалія»	1,01	1,03	1,02	1,02	1,04	1,024
	ТО «Албіз-тур»	1,02	1,02	1,05	1,01	1,02	1,024
	ТА «Море турів»	1,02	1,01	0,98	0,96	1,02	0,998
	ТА «Океан тур»	1,01	0,96	0,96	0,94	0,88	0,949
	Київське БПЕ	0,94	0,98	0,96	0,86	1,01	0,949
Патієнти	ТО «Альянс»	0,94	0,98	0,96	0,86	1,02	0,950
	ТО «Анекс Тур»	0,94	0,96	0,96	0,98	0,96	0,960
	ТО «Феєрія»	1,04	0,86	0,98	0,84	0,84	0,908
	ТО «Тревелсвіт»	0,96	0,98	0,94	0,96	0,96	0,960
	ТА «Поїхали з нами»	0,84	0,86	0,88	0,86	0,86	0,860
	ТА «Жара»	0,84	0,82	0,82	0,80	0,84	0,824
	ТА «Штурман»	0,82	0,76	0,74	0,78	0,78	0,776
	Вінницьке БПЕ	0,72	0,74	0,78	0,74	0,78	0,752
Комутанти	ТО «Пегас туристик»	0,84	0,82	0,74	0,78	0,80	0,795
	ТО «Корал тревел»	0,76	0,80	0,84	0,76	0,84	0,799
	ТА «Горизонт тур»	0,74	0,88	0,76	0,78	0,82	0,794
	ТА «Нові горизонти»	0,82	0,76	0,78	0,74	0,78	0,776
	Чернігівське БПЕ	0,78	0,72	0,72	0,76	0,78	0,752
	Запорізьке БПЕ	0,74	0,72	0,78	0,76	0,76	0,752

1,036; ТО «Гамалія» — 1,024; ТО «Албіз-тур» — 1,024). На усіх інших підприємствах інтенсивність інвестиційної стратегії знизилась порівняно із попереднім періодом.

Задля визначення інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку туристичних підприємств розроблено шкалу оцінювання результатів розрахунку інтегрального індикатора інтенсивності інноваційної стратегії та інтегрального індикатора інтенсивності інвестиційної стратегії (табл. 3).

Згідно з отриманими результатами (табл. 1–3) визначено позиції туристичних підприємств у модифікованій матриці GE/McKinsey щодо інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку туристичних підприємств (рис. 1).

На основі отриманих даних проведено позиціонування розвитку туристичних підприємств. Позицію «інноваційний трамплін» зайняли: підприємства-експлеренти — ТО «Аккорд-тур», ТО «Джоін Ап», ТА «Щас-

Таблиця 3

Шкала оцінювання інтегрального індикатора інтенсивності інноваційної стратегії та інтегрального індикатора інтенсивності інвестиційної стратегії

Інтегральний індикатор інтенсивності стратегій	$0,7 \leq I \leq 1$	$1,0 \leq I \leq 1,2$	$1,2 \leq I \leq 1,4$
Індикатор інтенсивності інноваційної стратегії	Мінімальна	Середня	Максимальна
Індикатор інтенсивності інвестиційної стратегії	Мінімальна	Середня	Максимальна

		Інтенсивність інноваційної стратегії		
		мінімальна	середня	максимальна
Інтенсивність інвестиційної стратегії	максимальна	Інвестиційне плато <i>ТА, ОнА</i>	Інноваційний прорив (1) <i>ІА, ОА</i>	Інноваційний полюс <i>НА</i>
	середня	Інноваційний контур (1) <i>ОнН, ПМ</i>	Інноваційний трамплін <i>ІН, ІП, ОнП</i> 	Інноваційний прорив (2) <i>ОП, НП</i>
	мінімальна	Інноваційна яма <i>ТЗ, ТН</i> 	Інноваційний контур (2) <i>ОнЗ, ІЗ, ОЗ, НЗ (2)</i> 	Інноваційне плато <i>ОН, НН</i>

Примітка:
 — підприємства-експлеренти;
 — підприємства-віоленти;
 — підприємства-патієнти;
 — підприємства-комутанти.

Рис. 1. Позиції туристичних підприємств у модифікованій матриці GE/McKinsey щодо визначення інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку туристичних підприємств

ливий квиток» та підприємства-віоленти — ТО «Тревел профешнл груп», ТО «Тез тур», ТО «Гамалія», ТО «Албіз-тур» ці підприємства характеризуються опортуністичною та імітаційною інноваційними стратегіями й інвестиційними стратегіями накопичення та поміркованого росту, тобто ця стратегія є «трампліном» для успішного впровадження інноваційно-інвестиційного розвитку інно-

ваційного потенціалу і може забезпечити реалізацію стратегії модифікації та фокусування на туристичному підприємстві.

Позицію «інноваційний контур (2)» зайняли підприємства-віоленти — ТА «Море турів», ТА «Океан тур», Київське БПЕ та підприємства-патієнти — ТО «Альянс», ТО «Анекс Тур», ТО «Феєрія»; ця позиція характеризується опортуністичною, іміта-

ційною, оборонною, наступальною інноваційними стратегіями та інвестиційною стратегією збереження; ця стратегія характерна для підприємств, які впроваджують різноманітні інноваційні стратегії, однак не мають достатніх інвестиційних можливостей, тому цю стратегію доцільно використовувати на туристичних підприємствах, які діють в рамках диверсифікації або диференціації.

Позицію «інноваційна яма» зайняло більшість досліджувальних підприємств: ТОВ «Тревелсвіт», ТА «Поїхали з нами», ТА «Жара», ТА «Штурман», Вінницьке БПЕ (підприємства-пацієнти); ТОВ «Пегас туристик», ТОВ «Корал тревел», ТА «Горизонт тур», ТА «Нові горизонти», Чернігівське БПЕ, Запорізьке БПЕ (підприємства-комутанти). Для цих підприємств доцільно застосовувати традиційну інноваційну стратегію та інвестиційну стратегію збереження чи накопичення, оскільки інноваційні стратегічні дії є недостатньо інтенсивними, а інвестиції є недостатніми і не містять високих ризиків, ця стратегія притаманна туристичним підприємствам, які мають за мету вихід з ринку або ліквідацію суб'єкту господарювання.

Висновки. Запропоновано інтеграцію інноваційних та інвестиційних стратегій і як результат — розробку інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку туристичних підприємств, яка визначається за допомогою індексного методу шляхом розрахунку інтенсивності інноваційної та інвестиційної стратегій як інтегральних індикаторів, що складаються з окремих показників інноваційного та інвестиційного потенціалів відповідно. Отримані результати спрямовані на поліпшення стратегічного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю туристичних підприємств як суб'єктів індустрії гостинності. Перспективами подальших досліджень у цьому напрямку є узгодження інноваційних та інвестиційних стратегій із функціональними стратегіями та бізнес-стратегіями туристичних підприємств, а також їх економічне обґрунтування.

Список літератури

1. Буднік М. М., Гуца М. С. Інвестиційний менеджмент організації в умо-

вах інвестиційного клімату України. URL: http://www.rusnauka.com/40_OINBG_2014/Economics/4_183770.doc.htm (дата звернення 4.02.2019).

2. Карлова О. А., Партола А. А. Актуальність інвестиційної політики в галузі туризму. Стратегія розвитку України у глобальному середовищі : матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції (Ялта, листопад 2010 р.), Ялта. 2010. С. 76–79.

3. Ковтун О. І. Інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади. *Економіка України*. 2013. № 4 (617). С. 44–55.

4. Некрасова Л. А., Моніч О. В. Процес формування інноваційно-інвестиційної стратегії підприємства та його проблеми. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 5. С. 204–207.

5. Пріб К. А. Інвестиційна складова управління розвитком підприємства. *Інтеллект XXI*. 2015. № 1. С. 77–85.

6. Семенюк О. М. Вибір та обґрунтування інноваційних стратегій підприємств. *Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Економіка*. 2013. Вип. 3 (40). С. 80–83.

7. Стадник В. В., Йохна М. А. Інноваційний менеджмент : навч. посібник. Київ : Академвидав, 2006. 463 с.

8. Темненко С. М., Чайковська О. І., Чудяк М. М., Остапів Н. В. Розробка оптимальної інноваційної стратегії підприємства. *Науково-технічний бюлетень Інституту біології тварин і Державного науково-дослідного контрольного інституту ветпрепаратів та кормових добавок*. 2014. Вип. 15. № 2–3. С. 367–371. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ntbibt_2014_15_2-3_72 (дата звернення 26.02.2019).

9. Хаустова К. М. Інвестиційно-інноваційна стратегія підприємства та підходи до її класифікації. *Фінансовий простір*. 2015. № 4 (20). С. 183–187.

10. Янковець Т. М. Реалізація інноваційних стратегій для досягнення конкурентних переваг. *Проблеми науки*. 2012. № 12. С. 33–40.

11. Freeman C. The economics of industrial innovation, London : Campus Verlag, 1982. 448 p. URL : <https://mitpress.mit.edu/books/>

economics-industrial-innovation-third-edition (assessed 30.04.2018).

References

1. Budnik, M. M., Hushcha, M. S. (2014). *Investytsiyni menedzhment orhanizatsii v umovakh investytsiynoho klimatu Ukrainy* [Investment management of the organization in the conditions of the investment climate of Ukraine]. Available at: http://www.rusnauka.com/40_OINBG_2014/Economics/4_183770.doc.htm.
2. Karlova, O. A., Partola, A. A. (2010). *Aktualnist investytsiynoi polityky v haluzi turyzmu* [Relevance of investment policy in the field of tourism]. *Stratehiia rozvytku Ukrainy u hlobalnomu seredovyschi* [The Strategy of Ukraine's Growth in the Global Environment]: proceedings of IV International scientific and practical conference. Yalta, pp. 76–79.
3. Kovtun, O. I. (2013). *Innovatsiini stratehii pidpriumstv: teoretyko-metodolohichni zasady* [Innovative strategies of enterprises: theoretical and methodological principles]. *Ekonomika Ukrainy* [Economy of Ukraine], no. 4 (617), pp. 44–55.
4. Nekrasova, L. A., Monich, O. V. (2014). *Protses formuvannia innovatsiino-investytsiynoi stratehii pidpriumstva ta yoho problemy* [The process of formation of innovation and investment strategy of the enterprise and its problems]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu* [Scientific Bulletin of Kherson State University], no. 5, pp. 204–207.
5. Prib, K. A. (2015). *Investytsiina skladova upravlinnia rozvytkom pidpriumstva* [Investment component of enterprise development management]. *Intelekt XXI* [Intellect of XXI], no. 1, pp. 77–85.
6. Semenyuk, O. M. (2013). *Vybir ta obhruntuvannia innovatsiynykh stratehii pidpriumstv* [Selection and substantiation of innovative business strategies]. *Naukovyi visnyk Uzhgorodskoho universytetu: Seriya: Ekonomika* [Scientific Bulletin of Uzhgorod University: Series: Economics], no. 3 (40), pp. 80–83.
7. Stadnyk, V. V., Yokhna, M. A. (2006). *Innovatsiyni menedzhment* [Innovation management]. Kyiv, Akademydav Publ., 463 p.
8. Temnenko, S. M., Chaikovska, O. I., Chudiak, M. M., Ostapiv, N. V. (2014). *Rozrobka optimalnoi innovatsiynoi stratehii pidpriumstva* [Development of optimal innovation strategy of the enterprise]. *Naukovo-tekhnichnyi biuleten Instytutu biolohii tvaryn i Derzhavnoho naukovo-doslidnoho kontrolnoho instytutu vetpreparativ ta kormovykh dobavok* [Scientific and Technical Bulletin of the Institute of Animal Biology and the State Research and Control Institute for Veterinary Medicinal Products and Feed Additives], no. 15, pp. 367–371. Available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ntbibt_2014_15_2-3_72.
9. Khaustova, K. M. (2015). *Investytsiino-innovatsiina stratehiia pidpriumstva ta pidkhody do yii klasyfikatsii* [Investment-innovative strategy of the enterprise and approaches to its classification]. *Finansovyi prostir* [Financial space], no. 4 (20), pp. 183–187.
10. Yankovets, T. M. (2012). *Realizatsiia innovatsiynykh stratehii dlia dosiahnennia konkurentnykh perevah* [Realization of innovative strategies for achievement of competitive advantages]. *Problemy nauky* [Problems of science], no. 12, pp. 33–40.
11. Freeman, C. (1982). *The economics of industrial innovation*. London, Campus Verlag Publ., 448 p. Available at : <https://mitpress.mit.edu/books/economics-industrial-innovation-third-edition> (assessed 30.04.2018).

Objective. Based on the integrated indicator of the intensity of the innovation strategy and the integrated indicator of the intensity of the investment strategy the objective of the article is to determine the innovation and investment strategy for the development of tourism enterprises as hospitality industry subjects.

Methods. In the course of the research, the following methods are used: methods of theoretical generalization and comparison, analysis and synthesis (to determine the notion of the concept of “innovation and investment strategy”), index (to calculate the intensity of innovative and investment strategies using integrated indicators), matrix (to form a modi-

fied GE / matrix McKinsey on the definition of innovative investment strategy of tourism enterprises).

Results. *Based on the study, a procedure for the integration of innovative and investment strategies of tourism enterprises, which involves comparing a separate type of innovative strategy (traditional, opportunistic, imitative, defense, offensive) with a separate type of investment strategy (preservation, accumulation, moderate growth, aggressive growth) is proposed. Based on these data, innovative investment strategies for tourism enterprises using the modified GE / McKinsey matrix (investment plateau, innovation breakthrough, innovation pole, innovation circuit, innovation springboard, innovation pit, innovation plateau) are offered. Using the index method, the intensity of the innovation and investment strategy is calculated as integral indicators, which consist of individual indicators of innovation (growth index of financial potential, growth index of material and technical potential, growth index of staff potential, growth index of marketing potential, growth index of information potential) and investment (index of growth of own investments, index of growth of attracted investments, index of growth of profit on own investments, index of growth of profit on attracted investments, index of sufficiency of investments) potentials. To determine the innovation and investment strategy for the development of tourism enterprises, a rating scale is developed for assessing the integral indicator of the intensity of the innovation strategy and the integrated indicator of the intensity of the investment strategy. Accordingly, innovation-investment strategies for the development of the tourism enterprises under study are identified. The positions of tourism enterprises in the modified GE / McKinsey matrix on the definition of an innovative investment strategy for the development of tourism enterprises are presented.*

Key words: *tourism enterprise, innovation strategy, investment strategy, innovation and investment strategy, integrated indicator, potential, development.*

Надійшла до редакції 22.04.2021

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-108-116

JEL: O31

УДК 336-029: (330.322+330.341.1):005.342:330.131.7(045)

Неізвестна О. В.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: nieizviestna@donnuet.edu.ua

Коверза В. С.,
канд. екон. наук,
доцент

e-mail: koverza@donnuet.edu.ua

Іванова Н. С.,
д-р екон. наук,
доцент

e-mail: ivanova@donnuet.edu.ua

Шендригоренко М. Т.,
канд. екон. наук,
доцент

e-mail: shendrigorenko@donnuet.edu.ua

ІННОВАЦІЙНІ БАНКІВСЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ЕМЕРДЖЕНТНОЇ ЕКОНОМІКИ

UDC 336-029: (330.322+330.341.1):005.342:330.131.7(045)

Niezviestna O. V.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk National University
of Economics and Trade, Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: nieizviestna@donnuet.edu.ua

Koverza V. S.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

e-mail: koverza@donnuet.edu.ua

Ivanova N. S.,
Grand PhD in Economic
sciences, Associate Professor

e-mail: ivanova@donnuet.edu.ua

Shendryhorenko M. T.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

e-mail: shendrigorenko@donnuet.edu.ua

INNOVATIVE BANKING INVESTMENT TECHNOLOGIES AS A TOOL OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT IN THE EMERGENT ECONOMY

***Мета.** Метою статті є дослідження можливостей застосування арт-банкінгу як інструменту антикризового менеджменту в умовах емерджентної економіки через призму зарубіжного досвіду.*

***Методи.** При підготовці статті застосовувалися загальні й спеціальні методи наукового дослідження економічних процесів, зокрема системного підходу, порівняння, угруповання, деталізації, узагальнення, методи статистичного аналізу та ін.*

***Результати.** Досліджено можливості арт-банкінгу як інструменту антикризового менеджменту в умовах зростання емерджентності економіки та різного роду потре-*

© О. В. Неізвестна, В. С. Коверза, Н. С. Іванова, М. Т. Шендригоренко, 2021

сінь. Визначено, що саме арт-активи демонструють виключну стабільність цін в часи нестабільних політичних подій, періоди війн та екстремальних ситуацій, що посилює зацікавленість ними в якості альтернативної форми інвестування. Здійснено аналіз світових продажів мистецтва та антикваріату, в т. ч. он-лайн, починаючи з 2009 року. Зазначено, що, незважаючи на численні кризові явища, у т. ч. і пандемію COVID-19, арт-ринок не втрачає своєї вартості. Як наслідок, наявність попиту на арт-інвестування стимулює розвиток арт-банкінгу. Здійснено огляд комплексу послуг з арт-банкінгу, який може знаходитися в арсеналі банківських установ. Аналіз основних тенденцій на світовому арт-ринку, розгляд комплексу послуг з арт-банкінгу та варіантів арт-інвестування дозволив авторам окреслити перспективи моделі інвестування у арт-активи в Україні. Акцентовано, що у клієнтів українських банківських установ є фінансові можливості для здійснення арт-інвестицій. Проте в умовах загальноекономічної нестабільності та тривалого розвитку пандемії COVID-19 вітчизняним банківським установам складно розвинути спектр послуг з арт-банкінгу та пропонувати варіанти арт-інвестування. Авторами запропоновано звернути увагу на можливість використання новітніх інноваційних технологій в частині оцифровки арт-об'єктів та впровадження технологій блок-чейн. Поділ арт-творів на мистецькі акції або криптографічні токени, які можуть бути придбані кількома покупцями, дозволить демократизувати арт-ринок і переглянути традиційні моделі купівлі та продажу арт-творів. Наголошено на очевидній перевазі таких заходів: приватні особи з низьким рівнем доходу і дрібні інвестори, яким до цих пір було важко здійснювати значущі покупки в арт-сфері, отримують можливість стати власниками частин дорогих арт-об'єктів і таким чином диверсифікувати свої інвестиційні портфелі, а банківські установи отримують можливість служити їм в якості шлюзу, отримуючи при цьому нові можливості в розвитку банківського бізнесу. Для пошуку потенційних інвесторів запропоновано банкам використовувати технологію Big Data, яка за допомогою цифрових слідів та портретів клієнтів зможе рекламувати арт-банкінг і виходити на пропозиції варіантів арт-інвестування, які є актуальними для клієнта банку у певний момент часу.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційний актив, стратегія інвестування, арт-банкінг, арт-актив, арт-ринок, мистецькі акції, криптографічні токени.

Постановка проблеми. Пандемія COVID-19 викликала «турбулентність» у багатьох сферах економіки, тривалий часовий лаг якої примушує приватних осіб, а також власників та топ-менеджерів великих компаній шукати альтернативні формати інвестицій. Попит на альтернативні напрями інвестицій особливо посилюється в часи нестабільних політичних подій, періоди війн та екстремальних ситуацій. Головними вимогами цього пошуку є більша стабільність альтернативи порівняно з традиційними депозитами банківських установ, інструментами фондового та валютного ринку. Арт-актив — це один із небагатьох активів, вартість якого з часом лише зростає. Його головною особливістю є слабка взаємопов'язаність з фондовим та

іншими ринками інвестицій. Арт-активи майже не чутливі до політичних подій, а у періоди війн та екстремальних ситуацій ціни на них демонструють виключну стабільність. Найбільш витребувані в якості інвестиційних арт-активів такі об'єкти, як предмети мистецтва, вино, рідкісні марки віскі, колекційні авто, годинники, ювелірні вироби, поштові марки, діаманти, китайська кераміка, колекційні монети, ікони, антикварні меблі тощо. Попит на арт-інвестування стимулює розвиток арт-банкінгу — фінансово-консультаційного супроводу арт-інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Арт-банкінг — достатньо нова послуга, яка з'явилася на світових фінансових ринках наприкінці ХХ сторіччя. Піонерами

цієї послуги стали швейцарський банк UBS, німецький Deutsche Bank и американський Citibank. Тема арт-банкінгу та інвестування у арт-активи активно висвітлюється в працях таких закордонних авторів як О. М. Сухарева [1], О. А. Федорової [2], С. В. Щуриної [3] Jacqueline O'Neill [4] та ін. В Україні арт-банкінг та напрям інвестування в арт-активи залишається поза увагою науковців, що лише поглиблює актуальність нашого дослідження.

Метою статті є дослідження можливостей застосування арт-банкінгу як інструменту антикризового менеджменту в умовах емерджентної економіки через призму зарубіжного досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Послуги з арт-банкінгу найчастіше

знаходяться у площині діяльності департаментів private banking банківських установ, оскільки раніше інвестування такого типу вважалося справою дуже багатих людей і компаній. У теперішній час ринок арт-активів переживає період демократизації. Інтернет дозволяє будь-якому інвестору ознайомитися з різними варіантами інвестування у цій галузі та збільшує чисельність потенційних покупців. Сучасні технології впливають на арт-ринок, що робить предмети мистецтва більш доступними, змінюючи методи їх створення та сприйняття.

Для більш детального ознайомлення з арт-банкінгом авторами був досліджений комплекс таких послуг, який може знаходитися в арсеналі банківських установ (табл. 1).

Таблиця 1

Комплекс послуг з арт-банкінгу, який може знаходитися в арсеналі банківських установ (складено авторами на основі [5; 9])

Назва послуги арт-банкінгу	Зміст послуги арт-банкінгу
Інвестиційний супровід при формуванні індивідуальних колекцій та купівлі арт-об'єктів	Рекомендації менеджерів щодо придбання найбільш вигідних з точки зору інвестиційного зростання арт-об'єктів, прогноз рентабельності на базі аналізу ринку і ціноутворення
	Консультації при формуванні колекцій (наприклад, збирання арт-об'єктів коштують дорожче, ніж окремі предмети)
Консультації зі стратегії інвестування	Юридична перевірка титулу володіння арт-активами, оцінювання заставних ризиків, аналіз документального супроводу (передінвестиційний аналіз)
	Аналіз доцільності включення арт-активів у стратегію управління активами, створення максимально ліквідного портфеля
	Пропозиції щодо диверсифікації портфеля арт-інвестицій
Експертний супровід у разі оцінювання творів мистецтва	Експертиза автентичності за допомогою залучення ліцензованих експертів з різною профільною спеціалізацією, висновки яких мають світовий авторитет і оформлюються відповідно до міжнародних стандартів; хіміко-технологічна експертиза (достовірність атрибуції за матеріалами і властивими автору техніками) і мистецтвознавча експертиза (атрибуція, справжність, провенанс, цінність)
	Адекватна оцінка (визначення справедливої ринкової вартості)
	Реставрація та зберігання робіт в охороняємих депозитаріях
Юридичний супровід та форензик-послуги	З'ясування юридичної чистоти об'єкта інвестування, підготовка документів, допомога в укладанні угоди, у тому числі на міжнародному рівні
	Укладання агентських угод (у т. ч. і з діями мистецтва та клієнтами)
	Комплексна перевірка благонадійності бізнес-партнерів (дослідження репутації, активів, кінцевих бенефіціарів, зв'язків, контактів, релевантного досвіду)
	Перевірка угод стосовно об'єктів інвестування на наявність ознак відмивання грошей, одержаних злочинним шляхом, а також санкційних і корупційних списків
	Розрахунок податкових наслідків придбання арт-активів

Назва послуги арт-банкінгу	Зміст послуги арт-банкінгу
Організаційний супровід	Організаційна підтримка в питаннях транспортування, рішення митних питань (на кожному кордоні існують свої нюанси) і страхування арт-активів
	Відстеження торгів, арт-заходів різного формату, забезпечення участі клієнта в аукціонах (відкриття рахунку в аукціонному домі, надання гарантій)
	Кредитування під заставу творів мистецтва та інших арт-об'єктів — зазвичай сума кредиту не перевищує 50 % від встановленої вартості об'єкта (запобіжний захід з боку банку)
	Консультації щодо залучення придбаних творів мистецтва, а іноді і цілих колекцій, до художнього життя. Організація демонстрації творів з метою підвищення вартості арт-активів

Практика формування колекцій арт-об'єктів знаходить поширення і серед великих банків та розглядається ними як належність банку до вищої бізнес-ліги, автоматично підвищуючи його статус в очах контрагентів і клієнтів. Розглядаючи арт-об'єкти в якості інвестиційних активів, вони стають прикладом для своїх клієнтів. Подальша капіталізація і соціалізація колекцій арт-об'єктів піднімає банк на новий рівень відносин у сфері культури, що підвищує лояльність клієнтів і робить відносини з банком більш міцними.

За даними порталу Artinvestment.ru [6], найбільші корпоративні колекції належать світовим банкам: UBS (більше 30 тис. предметів), Deutsche Bank (68 тис. предметів), Bank of America (25 тис. предметів), JP Morgan (30 тис. предметів).

Зібрання в десятки тисяч одиниць арт-об'єктів виводять фінансові інституції на один рівень з провідними світовими музеями. Природно, що на власному колекціонуванні банки не зупиняються, а підтримують інтерес до мистецтва і серед своїх клієнтів за допомогою програм арт-банкінгу або публічних партнерських проектів. Так, UBS є багаторічним спонсором ярмарки сучасного мистецтва Art Basel, Deutsche Bank патронусе ярмарок Frieze, нью-йоркське відділення ярмарки TEFAF заручилося фінансовою підтримкою Bank of America. Крім того, банки розуміють, що власні колекції підвищують капіталізацію самої фінансової установи і часто підтримують проекти художників, чії

роботи знаходяться в їх зібранні творів мистецтва: мистецтво зростає в ціні, не залишаючи банківських стін.

Незважаючи на пандемію COVID-19, арт-ринок не втрачає своєї вартості. Динаміка світових продажів мистецтва та антикваріату за 2009–2020 рр. наведена на рис. 1.

Як свідчать дані рис. 1, світові продажі мистецтва та антикваріату досягли 50,1 млрд доларів у 2020 році, що на 22 % менше, ніж у 2019 році та на 27 % ніж у 2018 року. Незважаючи на скорочення продажів загалом, сукупні продажі в Інтернеті досягли рекордного рівня — 12,4 млрд доларів, тобто відбулося подвоєння вартості з 2019 року (рис. 2).

Таким чином, онлайн-торгівля щодо загального обсягу продажів мистецтва (\$50,1 млрд) за останній рік виросла з 9 % до 25 %, при цьому 32 % приватних онлайн-продажів у 2020 році припало на нових покупців.

Аналіз основних тенденцій на світовому арт-ринку, розгляд комплексу послуг з арт-банкінгу та варіантів арт-інвестування дозволяє авторам окреслити перспективи моделі інвестування у арт-активи в Україні.

Український арт-банкінг у сегменті private banking знаходиться на етапі зародження і суттєво відрізняється від світових практик. Серед основних проблем розвитку вітчизняного ринку арт-банкінгу можна зазначити такі:

- складність в прогнозуванні доходності,
- неможливість застосування стандартних інструментів фінансового та інвестиційного аналізу,

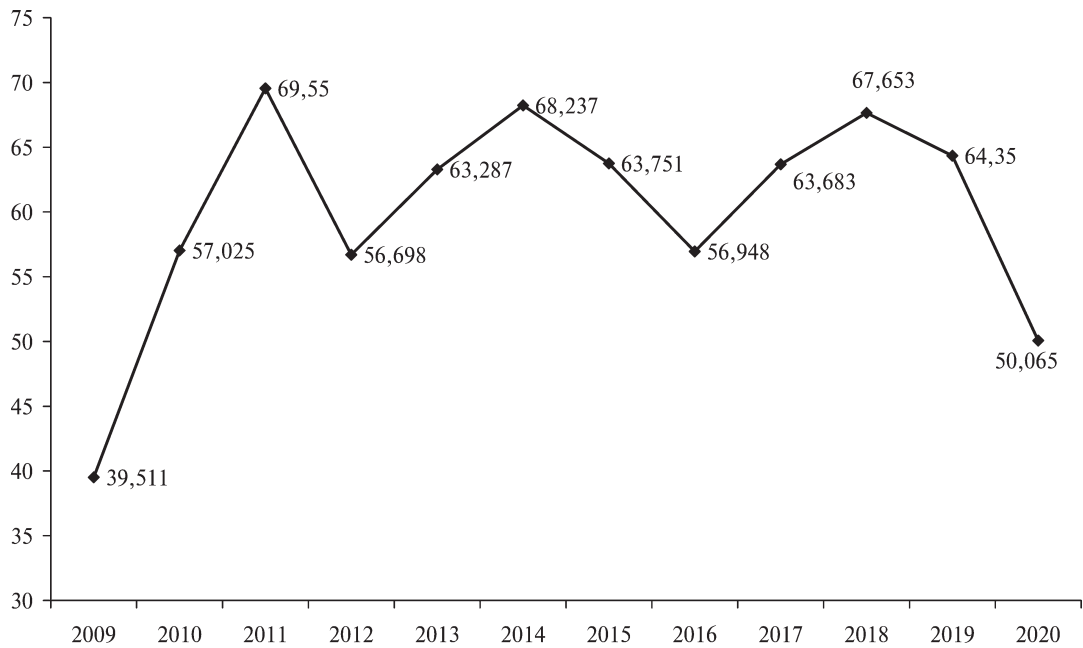


Рис. 1. Динаміка світових продажів мистецтва та антикваріату за 2009–2020 рр., млрд дол. (складено авторами на основі [4])

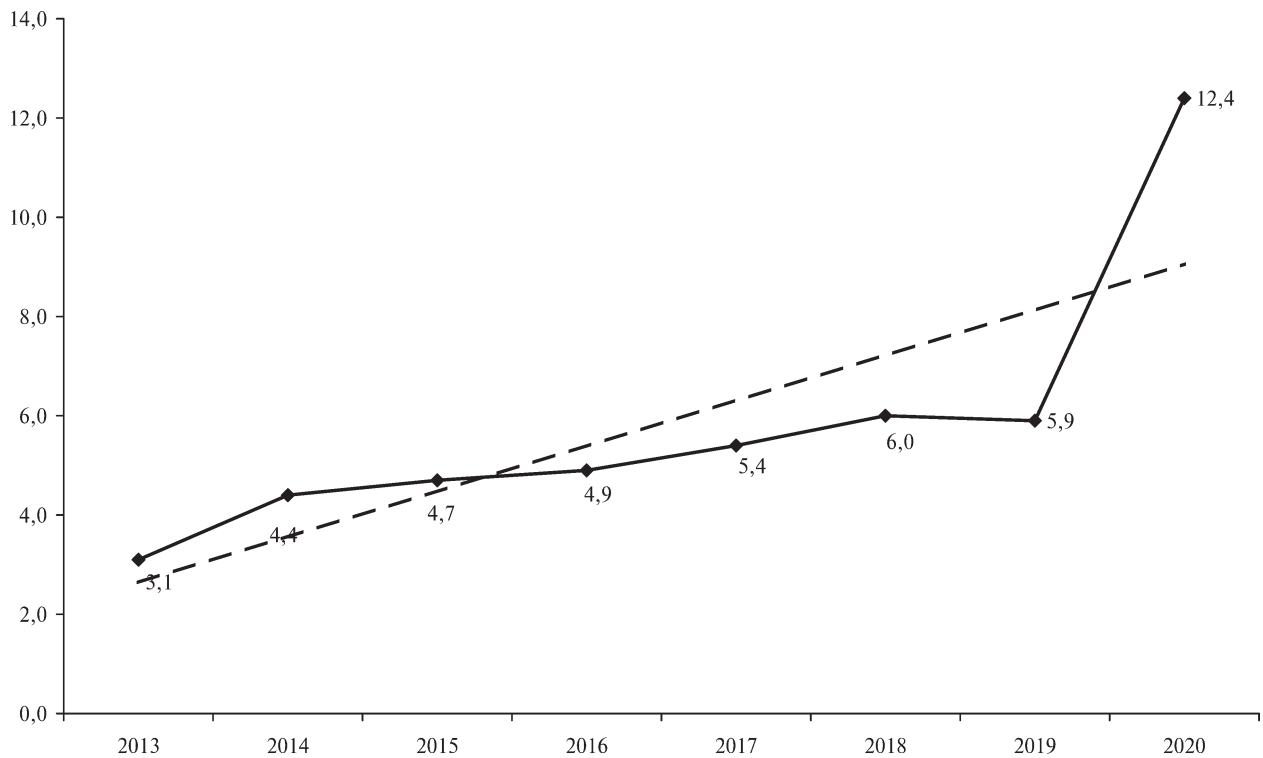


Рис. 2. Динаміка онлайн-торгівлі творами мистецтва та антикваріату за 2013–2020 рр., млрд дол. (складено авторами на основі [4])

- відсутність традицій інвестування у арт-об'єкти,
- особливості менталітету і бажання зафіксувати прибуток відразу,
- відсутність ліцензованих експертів з оцінювання творів мистецтва,
- відсутність прозорості ринку,
- спекулятивні рейтинги та оцінки,

- відсутність надійних джерел інформації про виконані угоди,
- відсутність практики страхування арт-об'єктів.

Проте слід відзначити, що, на відміну від зарубіжної практики, в Україні ще є можливості для розвитку компаній, які спеціалізуються на становленні арт-індексів, рейтин-

гів і організації аукціонів. Хоча, порівняно з іншими країнами, оборот українського арт-ринку невеликий. Експерти оцінюють його потенційну ємність приблизно у \$1 млрд. На сучасному українському арт-ринку є практично все, але, за оцінками фахівців, найбільш широко представлені живопис, посуд, книги і меблі. При цьому більшість предметів належать до XIX–XX ст. Речі XVIII ст. і більш старовинні з'являються не часто. Експерти відзначають, що у середньому предмети колекціонування на українському ринку, порівняно з Росією і західними країнами, недооцінені на 100–200 %.

Чи є у клієнтів українських банківських установ фінансові можливості для здійснення арт-інвестицій? Наприклад, щодо фізичних осіб, то можна зазначити, що протягом січня-квітня 2020 року українці подали понад 200 тисяч податкових декларацій про майновий стан і доходи, отримані в 2019 році. Загальна сума задекларованого доходу — 32,1 млрд грн, при цьому доходи в сумі понад 1 млн грн задекларували 3150 громадян. У квітні 2019 року число таких громадян було 2067, тобто відбулося збільшення числа мільйонерів на 52,4 %. Найбільша кількість осіб, які задекларували понад 1 млн грн доходів, у Києві (майже 1200 осіб), Харківській (278) та Дніпропетровській (270) областях [7].

Постає питання: яким чином банківські установи можуть стимулювати таких українців до інвестування в арт-об'єкти і служити їм в якості шлюзу, отримуючи при цьому нові можливості в розвитку банківського бізнесу?

У цьому випадку банкам слід звернути увагу на пропозицію можливості поділу арт-творів на мистецькі акції або криптографічні токени, які можуть бути придбані кількома покупцями. Одна очевидна перевага цієї моделі полягає в тому, що приватні особи з низьким рівнем доходу і дрібні інвестори, яким до цих пір було важко здійснювати значущі покупки у арт-сфері, тепер можуть стати власниками частин дорогих творів мистецтва з «блакитними фішками» задля розширення і диверсифікації своїх інвести-

ційних портфелів. Це веде до прямої демократизації арт-ринку і перегляду традиційних моделей купівлі та продажу арт-творів. У випадку з корпораціями спільне володіння частками творів мистецтва може підвищити корпоративну соціальну відповідальність. Як і інші інвестори, корпорації можуть отримувати дохід від приросту капіталу завдяки промоції або продажу творів мистецтва, які знаходяться у спільному володінні. Більш того, слід зазначити, що через використання мистецьких акцій або криптографічних токенів, якими можна управляти через загальнодоступний ланцюжок блоків, можна запобігти таким проблемам, як корупція, підробка і злом.

Оскільки все більше продажів продовжують рухатись в Інтернеті, перед банками постає необхідність активного використання цифрового маркетингу і просування послуг з арт-банкінгу через Інтернет-рекламу та рекламу в соціальних мережах. За даними Digital 2020 [8], у січні 2020 р. в Україні було 27,46 млн інтернет-користувачів та 19 млн користувачів соціальних мереж. За період з 2019 р. по 2020 р. кількість користувачів Інтернету в Україні збільшилося на 1,5 млн і на таку саму величину збільшилось кількість користувачів соціальних мереж. Проникнення соціальних мереж в Україні у січні 2020 р. склало 43 %. Враховуючи ці факти, вважаємо за необхідне рекомендувати банківським установам розробляти портрети потенційних споживачів арт-послуг і вираховувати їх за допомогою різних цифрових слідів (транзакцій), які пов'язані з темами арт-ринку, арт-об'єктів, інвестування. У цій ситуації на перший план виходить технологія Big Data, яка дозволяє віддалено управляти взаємовідносинами банків з клієнтами за допомогою масової персоналізації. Така технологія може запропонувати інтуїтивне обслуговування, яке є актуальним для клієнта банку у певний момент часу.

Висновки. Таким чином, за результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що питання ефективного інвестування завжди є на часі і саме арт-ринок готовий запропонувати альтернативу традицій-

ному фондовому ринку і ринку депозитних послуг. Банки не стоять осторонь сучасних трендів і готові запропонувати клієнтам створити гнучку і високодоходну інвест-стратегію за допомогою арт-активів і комплексу послуг з арт-банкінгу. В умовах загально-економічної нестабільності та тривалого розвитку пандемії COVID-19 вітчизняним банківським установам складно розвивати спектр послуг з арт-банкінгу та пропонувати варіанти арт-інвестування. Проте їм на допомогу можуть прийти новітні інноваційні технології. Оцифровка арт-ринку та впровадження технологій блок-чейн дозволять демократизувати арт-ринок і переглянути традиційні моделі купівлі та продажу активів. Автори пропонують банкам звернути увагу на пропозицію можливості поділу арт-творів на мистецькі акції або криптографічні токени, які можуть бути придбані кількома покупцями. Очевидна перевага цієї моделі полягає в тому, що приватні особи з низьким рівнем доходу і дрібні інвестори, яким до цих пір було важко здійснювати значущі покупки у арт-сфері, тепер можуть стати власниками частин дорогих арт-об'єктів і таким чином диверсифікувати свої інвестиційні портфелі. Крім того, авторами визначена перевага пропозиції і для корпоративних клієнтів: спільне володіння активами підвищить не лише соціальну відповідальність, але і дозволить отримувати дохід від приросту капіталу завдяки промоції або продажу творів мистецтва, які знаходяться в спільному володінні. Задля пошуку потенційних інвесторів автори пропонують банкам використовувати технологію Big Data, яка за допомогою цифрових слідів та портретів клієнтів зможе рекламувати арт-банкінг і виходити на пропозиції варіантів арт-інвестування, які є актуальними для клієнта банку у певний момент часу.

Список літератури

1. Сухарев А. Н. Арт-рынок: динамика и современное состояние. *Финансы и кредит*. 2013. № 45 (573). С. 19–24. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/art-rynok-dinamika-i-sovremennoe-sostoyanie> (дата звернення: 19.03.2021).

2. Федорова Е. А. Анализ тенденций развития арт-рынка. *Финансы и кредит*. 2010. № 34 (418). С. 26–31. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-tendentsiy-razvitiya-art-rynka> (дата звернення: 28.03.2021).

3. Щурина С. В. Инвестиции в объекты искусства финансовых институтов и банков. *Финансы и кредит*. 2015. № 24 (648). С. 54–56. URL : <https://elibrary.ru/item.asp?id=23612672> (дата звернення: 30.03.2021)

4. O'Neill, J. (2018). What You Need To Know About Art Tokenization And Investment. Available at : <https://medium.com/blockchain-art-collective/what-you-need-to-know-about-art-tokenization-and-investment-13523d3b5f1d> (accessed 14.04.2021).

5. Hiscox (2020). Hiscox Online Art Trade Report 2020. Available at : <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report> (accessed 01.04.2021).

6. Белькевич Д. Просто о сложном: Art Banking. *Artinvestment.ru* 07 июля 2020. URL : https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200707_art_banking.html (дата звернення: 04.04.2021).

7. Пресслужба Державної податкової служби України. Доходи, отримані у 2019 році, задекларували вже понад 200 тис. громадян. Опубліковано 14 травня 2020 о 15:28. URL : https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/418563.html?fbclid=IwAR3_7MJZgbXpyuK4N9qdTXj1731sCItnCpQ7Huy-kdARpRcpMO7rV5oNe8E (дата звернення: 06.04.2021).

8. Digital 2020: Україна. URL : <https://datareportal.com/reports/digital-2020-ukraine#:~:text=There%20were%2027.46%20million%20internet,at%2063%25%20in%20January%202020> (дата звернення: 14.04.2021).

9. Deloitte. Отчет об искусстве и финансах 2019 – 6-е издание. URL : <https://www2.deloitte.com/lu/en/pages/art-finance/articles/art-finance-report.html2019> (дата звернення: 14.04.2021).

References

1. Suharev, A. N. (2013). *Art rynek: dinamika i sovremennoe sostoyanie* [Art market: dynamics and current state]. *Finansyi i kredit*

[Finances and credit], no. 45 (573). pp. 19–24. Available at : <https://cyberleninka.ru/article/n/art-rynok-dinamika-i-sovremennoe-sostoyanie> (accessed 19.03.2021).

2. Fedorova, E. A. (2010). *Analiz tendentsiy razvitiya art-rynka* [Analysis of art market development trends]. *Finansyi i kredit* [Finances and credit], no. 34 (418). pp. 26–31. Available at : <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-tendentsiy-razvitiya-art-rynka> (accessed 28.03.2021).

3. Shchurina, S. V. (2015). *Investitsii v obyekty iskusstva finansovyh institutov i bankov* [Investments in art objects of financial institutions and banks]. *Finansyi i kredit* [Finances and credit], no. 24 (648), pp. 54–56. Available at : <https://elibrary.ru/item.asp?id=23612672> (accessed 30.03.2021).

4. O'Neill, J. (2018). What You Need To Know About Art Tokenization And Investment. Available at : <https://medium.com/blockchain-art-collective/what-you-need-to-know-about-art-tokenization-and-investment-13523d3b5f1d> (accessed 14.04.2021).

5. Hiscox (2020). Hiscox Online Art Trade Report 2020. Available at : [\[co.uk/online-art-trade-report\]\(https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report\) \(accessed 01.04.2021\).](https://www.his-</p>
</div>
<div data-bbox=)

6. Bel'kevich, D. (2020). *Prosto o slozhnom: Art Banking* [Just about complicated: Art Banking]. Artinvestment.ru. Available at : https://artinvestment.ru/invest/analytics/20200707_art_banking.html (accessed 04.04.2021).

7. Press Service of the State Tax Service of Ukraine (2020). *Dokhody, otrymani u 2019 rotsi, zadeklaruvaly vzhe ponad 200 tys.hromadian* [Revenues received in 2019 have already been declared by more than 200,000 citizens]. Available at : https://tax.gov.ua/media-tsentri/novini/418563.html?fbclid=IwAR3_7MJZgbXpyuK4N9qdTXjl731sCItnCpQ7Huy-kdARpRcp-MO7rV5oNe8E (accessed 06.04.2021).

8. Digital 2020: Ukraine. Available at : <https://datareportal.com/reports/digital-2020-ukraine#:~:text=There%20were%2027.46%20million%20internet,at%2063%25%20in%20January%202020> (accessed 14.04.2021).

9. Deloitte (2019). *Otchet ob iskusstve i finansah* [Art and Finance Report], edition 6. Available at : <https://www2.deloitte.com/lu/en/pages/art-finance/articles/art-finance-report.html2019> (accessed 14.04.2021).

Objective. *The objective of the article is to study the possibilities of using art banking as a tool of crisis management in an emergent economy through the prism of foreign experience.*

Methods. *In preparing the article, general and special methods of scientific research of economic processes are used, in particular, a systematic approach, comparison, grouping, detailing, generalization, methods of statistical analysis, etc.*

Results. *The possibilities of art-banking as a tool of anti-crisis management under conditions of growing emergent of economy and various kinds of shocks art investigated. It is determined that art-assets demonstrate exceptional price stability in the time of unstable political events, periods of wars and extreme situations, which increases their interest as an alternative form of investment. The analysis of world sales of art and antiques, including online since 2009 is made. It is noted that despite the numerous crisis phenomena, including the COVID-19 pandemic as well, the art market does not lose its value. As a result, the demand for art investing stimulates the development of art banking. An overview of the complex of art banking services, which may be in the arsenal of banking institutions is made. The analysis of the main trends in the global art market, consideration of a range of art banking services and options for art investment allows the authors to outline the prospects of the model of investing in art assets in Ukraine. It is emphasized that the clients of Ukrainian banking institutions have financial opportunities to make art investments. However, under conditions of total economic instability and long-term development of the COVID-19 pandemic, it is difficult for the domestic banking institutions to develop a range of art banking services and offer the art investment options. The authors suggest paying attention to the possibility of using the latest innovative technologies in terms of digitization of art objects and the introduction of block-chain technologies. Dividing artwork into art promotions or cryptographic tokens that can*

be purchased by multiple buyers will democratize the art market and revise the traditional patterns of purchasing and selling artworks. There has been emphasized the obvious advantage of the following measures: low-income individuals and small investors, who have hitherto found it difficult to make the significant purchases in the art sphere, obtain the opportunity to own the parts of the expensive art objects and thus diversify their investment portfolios, and the banking institutions are given the opportunity to serve them as a gateway, while gaining new opportunities in the development of the banking business. For searching the potential investors, banks are offered to use the Big Data technology, that with the help of the digital traces and the portraits of customers will be able to advertise art banking and come up with the proposals for art investment options which are actual to a bank's client at the moment.

Key words: *investments, investment asset, investment strategy, art-banking, art-asset, art-market, art actions, cryptographic tokens.*

Надійшла до редакції 28.04.2021

Наукове видання

ВІСНИК
Донецького національного університету
економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Серія: Економічні науки

Науковий журнал

2021 № 1(74)

Юридична адреса видавця:

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
вул. Курчатова, 13, м. Кривий Ріг, Дніпропетровська обл., 50042,
e-mail: druk.visnyk@donnuet.edu.ua, www.donnuet.edu.ua.*

Адреса редакції:

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
вул. Трамвайна, 16, м. Кривий Ріг, Дніпропетровська обл., 50005,
тел. (0564) 409-77-97,
e-mail: druk.visnyk@donnuet.edu.ua, www.donnuet.edu.ua.*

*Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4929 від 07.07.2015 р.*

Підписано до друку 30.06.2021 р.
Формат 60x84/8. Папір офсетний.
Гарнітура «Times New Roman». Друк — лазерний.
Ум. друк. арк. 13,60. Обл.-вид. арк. 11,58.
Наклад 50 прим. Зам. № 56.

ФОП Маринченко С. В.
вул. Героїв АТО, 81-а, оф. 109,
м. Кривий Ріг, Дніпропетровська обл., 50086
Свідоцтво про державну реєстрацію № 030567 від 19.01.2007 р.
тел. (067) 539-66-81